Manual de marca

Gobierno de Chile - 2010

versión 1.0

Bienvenido al manual de marca del Gobierno de Chile

Este manual fue creado para dar a conocer cómo se aplica la imagen institucional del Gobierno de Chile. Su objetivo es, por un lado, alinear todas las comunicaciones oficiales para que éstas sean fácilmente reconocibles por la ciudadanía, y por otro, simplificar la tarea de todos quienes generan piezas de comunicación para el gobierno o alguna de sus dependencias.

Adicionalmente, se entregan los archivos computacionales correspondientes a los logotipos de todas las reparticiones de gobierno. Es muy importante que se trabaje con éstos a la hora de crear una pieza, ya que así se garantiza la consistencia de la marca. En caso de necesitar algún logotipo que no esté disponible, por favor, contactarse con la persona encargada de este documento, para su entrega.

Además de los logotipos, se facilitan también plantillas para la realización de ciertas piezas muy utlizadas, como son documentos Word, plantillas Excel y tarjetas de presentación, entre otras. Para estos productos es necesario que se utilicen tal cual vienen diseñados. Esto, a diferencia de las otras aplicaciones que se muestran en este manual, que están pensadas como una guía y pueden ser modificadas (siempre y cuando el espíritu de la marca se mantenga intacto).

Esperamos que este documento sirva como referencia para toda la comunicación que se produzca tanto desde el Gobierno de Chile, como a partir de cada uno de sus organismos. En caso de cualquier consulta, por favor contactarse con la persona indicada más abajo.

Contacto:

Nicolás Buzeta - Coordinador General de Marketing
Ministerio Secretaría General de Gobierno
manualdenormasgraficas@msgg.gov.cl

Índice

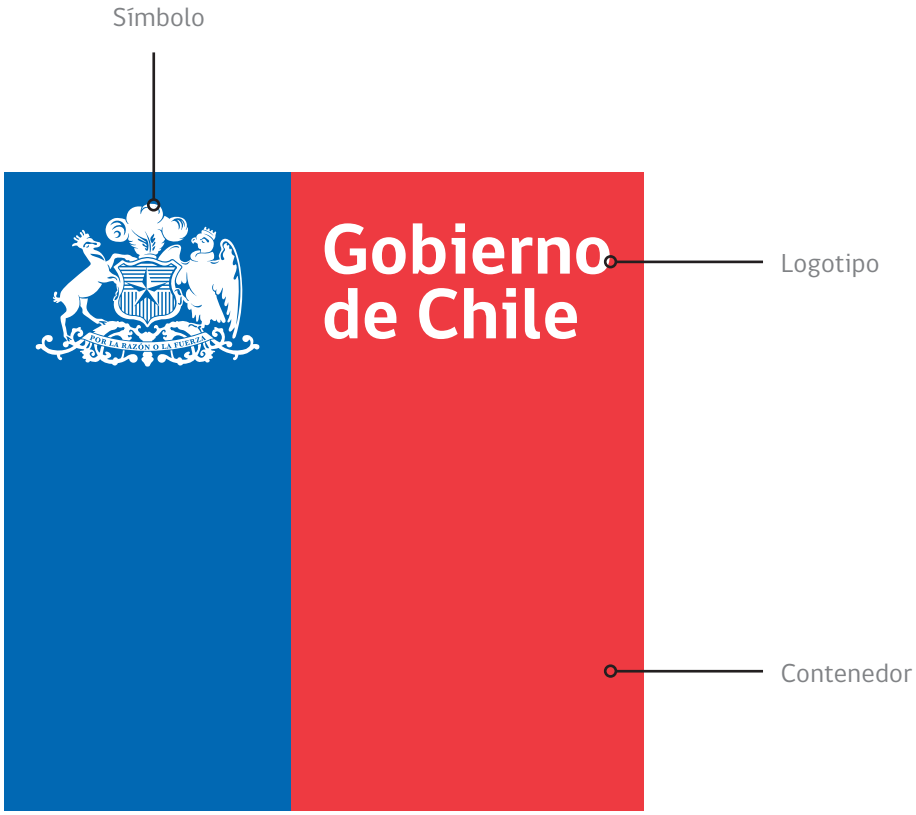
04 Isologo
05 Isologo: elementos
06 Isologo: construcción
09 Isologo: denominación sitio web
10 Isologo: construcción firma web
14 Isologo: construcción submarcas
24 Isologo: área de resguardo
25 Isologo: tamaños mínimos
26 Isologo: versiones de color
28 Isologo: v ersión pluma
29 Color
30 Usos incorrectos de la marca
31 Usos incorrectos del color
32 Fondos complejos
33 Tipografía
35 Sitio web de dependencias gubernamentales
37 Arquitectura de marca
40 Sistema gráfico
43 Sistema gráfico: ejemplos de uso
46 Sistema gráfico: ejemplos de usos no permitidos
47 Estilo fotográfico
51 Aplicaciones: papelería
55 Aplicaciones: folletos
56 Aplicaciones: vallas de obras
57 Aplicaciones: pendones
58 Aplicaciones: gráficas en vehículos
59 Aplicaciones: plantilla de Excel
60 Aplicaciones: template de Word
61 Aplicaciones: template de Powerpoint
62 Aplicaciones: fondos de pantalla
63 Aplicaciones: referencia web gob.cl
65 Aplicaciones: plantilla web ministerios
67 Aplicaciones: presencia en web
68 Aplicaciones: generador de caracteres
69 Aplicaciones: embalajes
70 Aplicaciones: merchandising

La marca

El sistema de identidad visual del Gobierno de Chile es la base sobre la que se construye su imagen de marca. Dado lo anterior, su aplicación debe respetar normas que han sido concebidas con el fin de mantener intacto su espíritu.

La aplicación rigurosa de los lineamientos contenidos en el presente manual asegura el correcto mantenimiento de la identidad visual, así como su certero reconocimiento. Siguiendo estas normativas, los mensajes serán consistentes, cohesionados y claros, contribuyendo al éxito de la marca.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

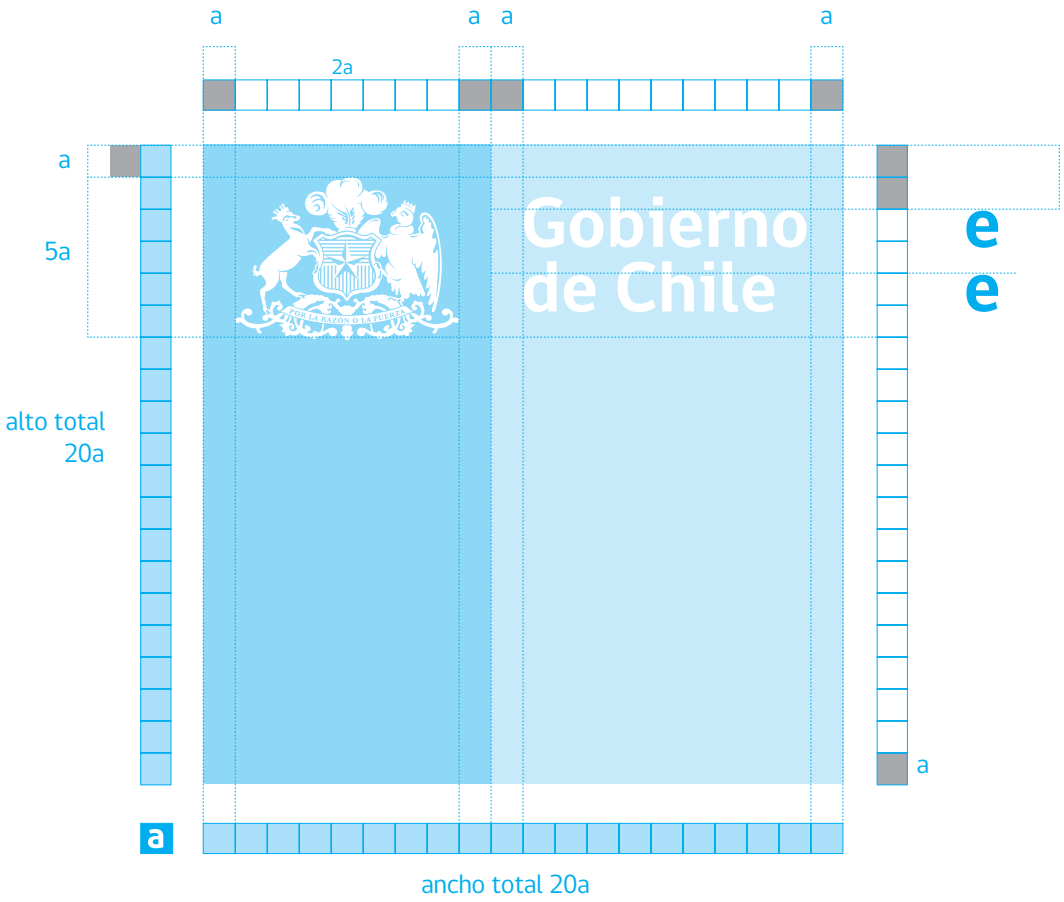


La marca

Los elementos iniciales que conforman la identidad visual se denominan elementos básicos, un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas.

La marca Gobierno de Chile está integrada por tres componentes:
– El logotipo: forma gráfica del nombre, diferenciado por estilo tipográfico y color.
– El símbolo: una construcción que representa el espíritu de la marca. Se trata de una versión exclusivamente diseñada del escudo de armas.
– Contenedor: construcción que une símbolo y logotipo, formando una unidad.
La marca y los elementos que la componen han sido especialmente dibujados, por lo que es imprescindible respetar su morfología para no distorsionar sus características.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Construcción

En la presente grilla se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Éstas no podrán ser modicadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

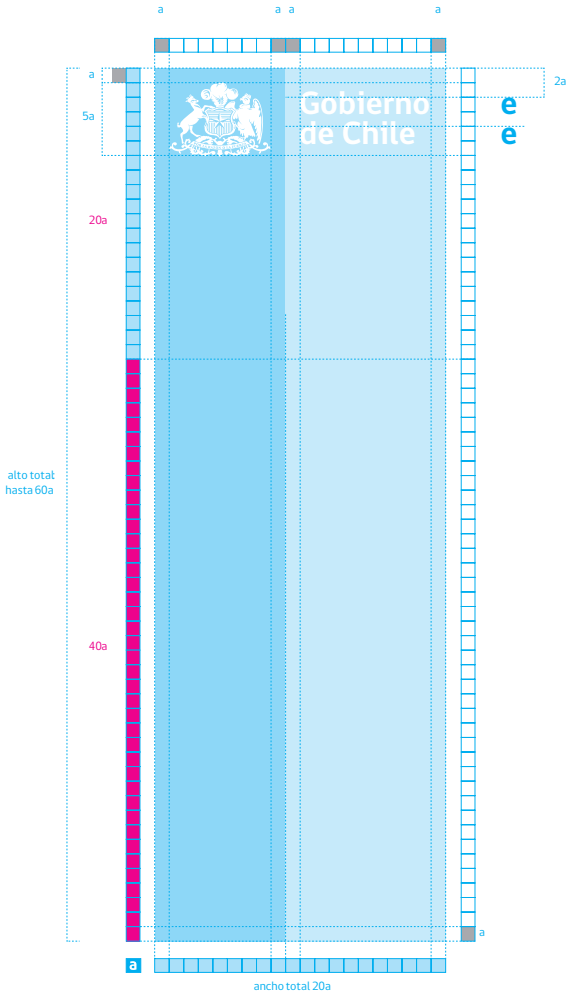
En esta página se presentan las proporciones de armado de la marca que surgen a partir de la división en 20 del alto del isologo. Estas relaciones sólo podrán ser alteradas en los casos que se indican a continuación. **Fuera de ellos, el isologo deberá ser siempre escalado proporcionalmente.**

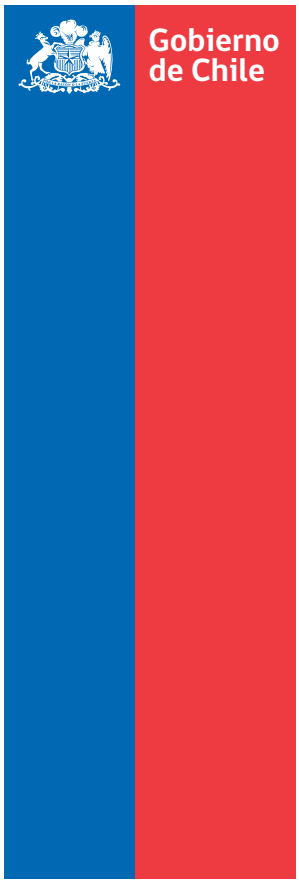
Especificaciones

Los gráficos de la presente página han sido construidos a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, indicando la proporción de los elementos.

Éstos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

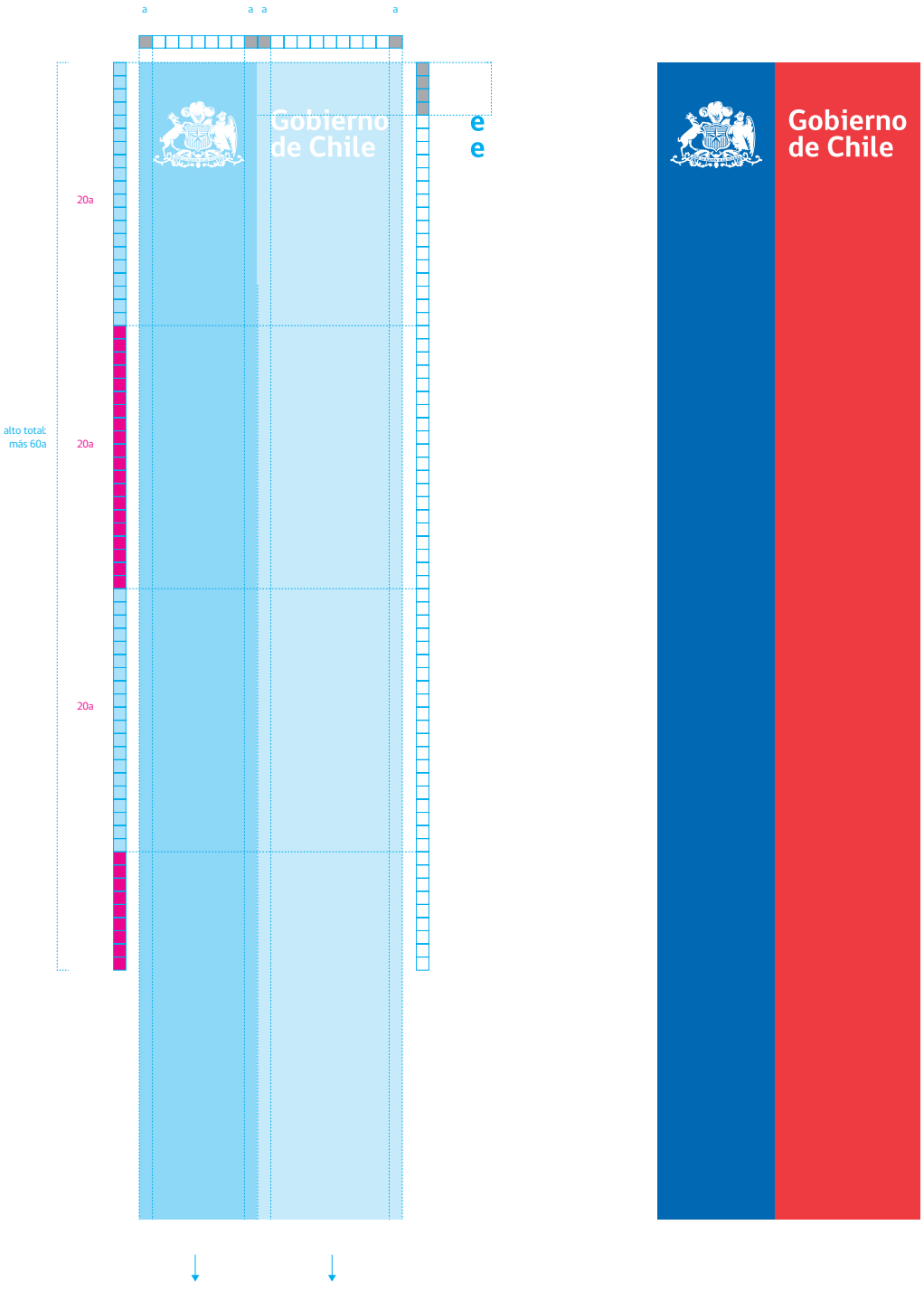




Hasta 60 “a” de altura

El isologo presenta la posibilidad de expandirse verticalmente hasta 60 “a” de altura. Las proporciones internas deberán mantenerse como lo indica el gráfico.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Más de 60 “a” de altura

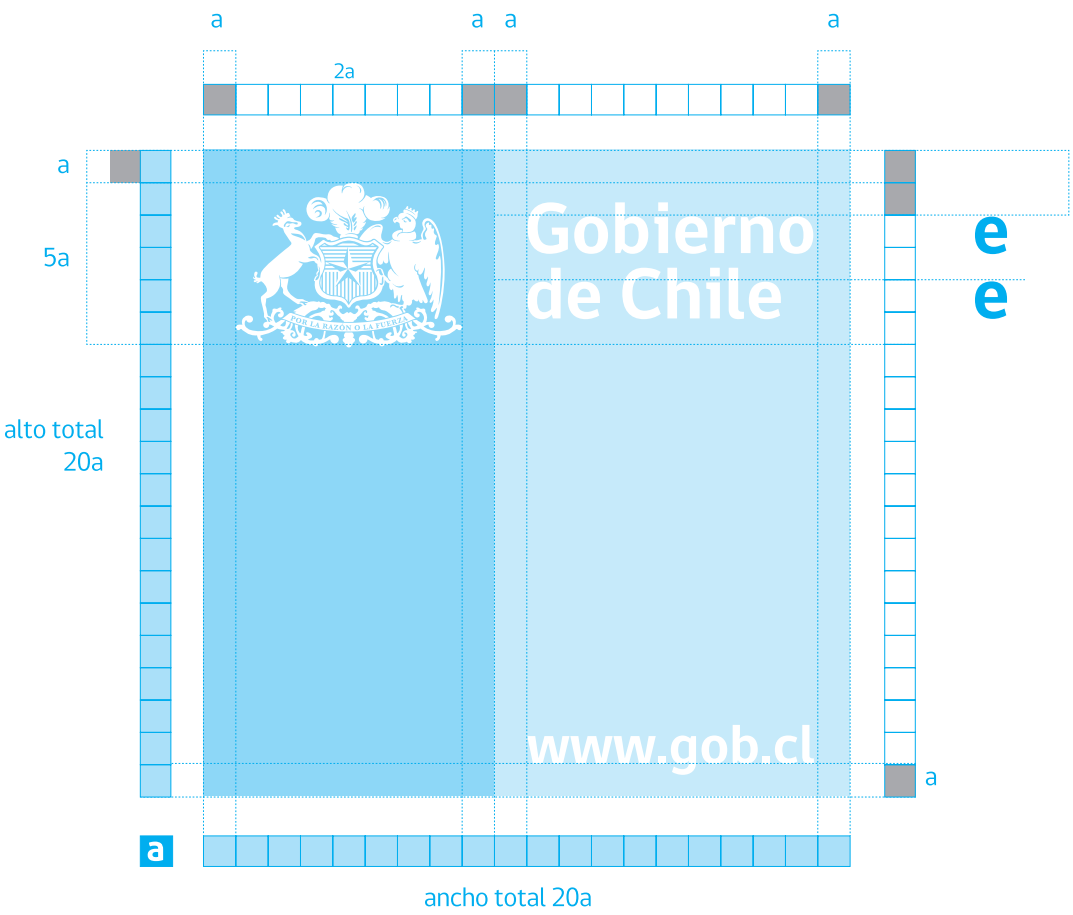
En estos casos se duplicará el margen superior con respecto del logotipo de 2 “a” a 4 “a”, como lo indica el presente gráfico.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Denominación

La web del Gobierno de Chile deberá ser denominada únicamente como se muestra en el ejemplo de la presente página.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Construcción

En la presente grilla se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modicadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

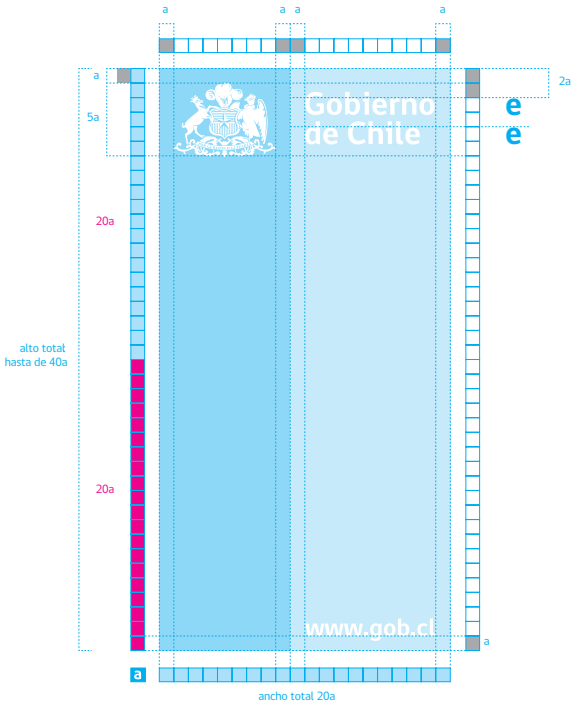
En esta página se presentan las proporciones de armado de la marca que surgen a partir de la división en 20 del alto del isologo. Estas relaciones sólo podrán ser alteradas en los casos que se indican a continuación. **Fuera de ellos, el isologo deberá ser siempre escalado proporcionalmente.**

Especificaciones

Los gráficos de la presente página han sido construidos a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, indicando la proporción de los elementos.

Éstos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.

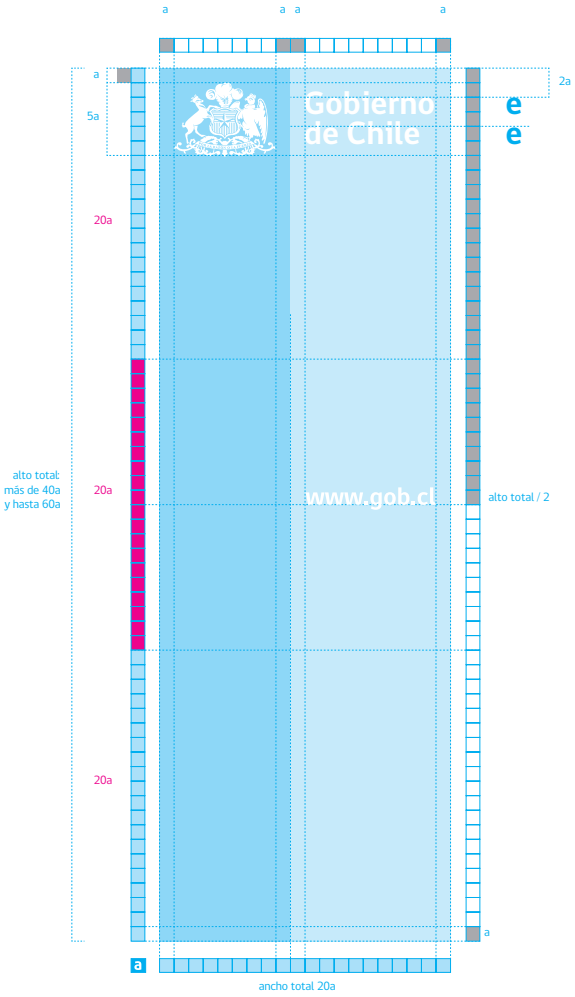
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Hasta 40 “a” de altura

El isologo presenta la posibilidad de expandirse verticalmente hasta 40 “a” de altura. Las proporciones internas deberán mantenerse como lo indica el presente gráfico. En este caso, la firma web se ubicará a 39 “a” de altura.

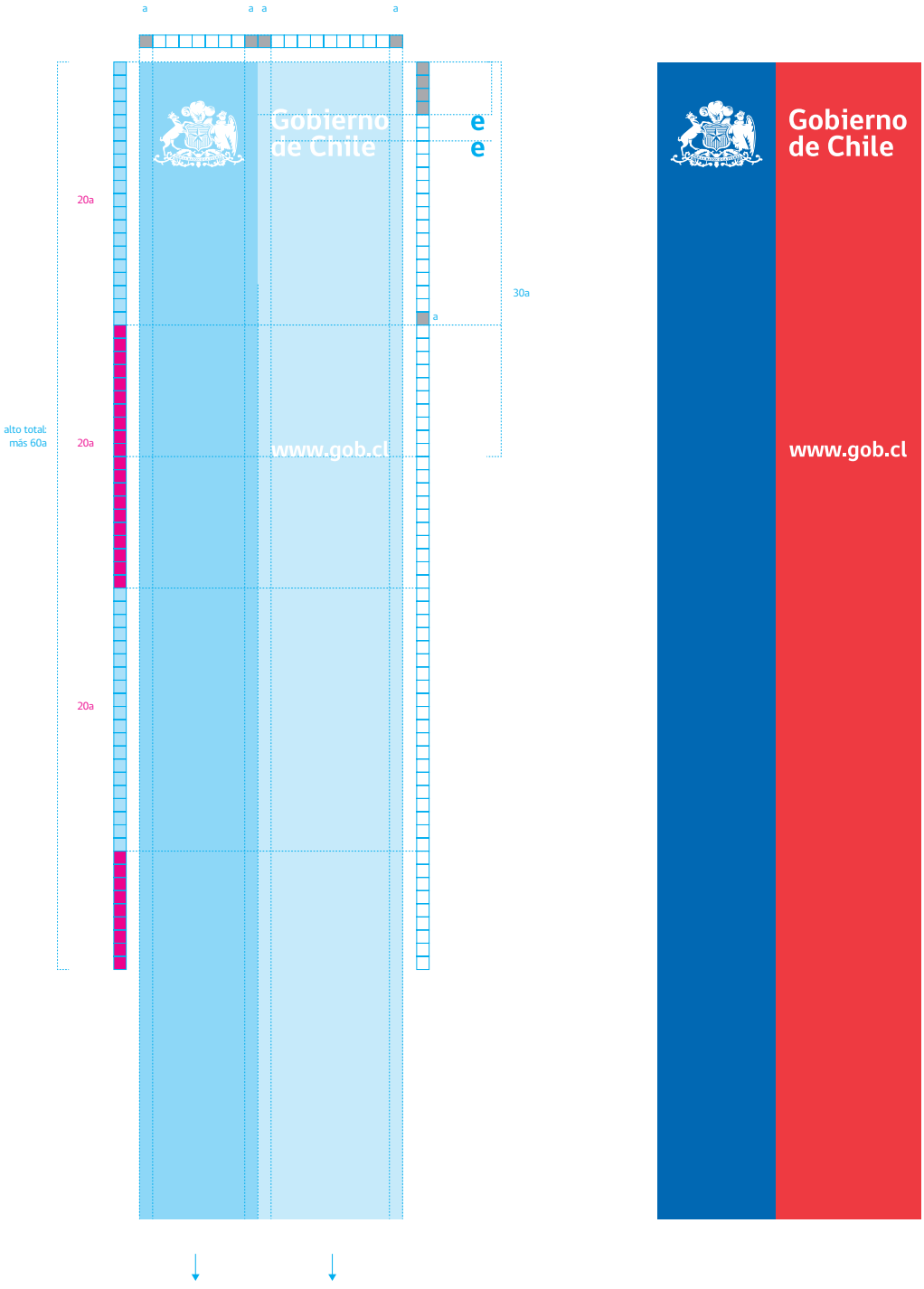
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Más de 40 “a” y hasta 60 “a” de altura

Cuando el isologo tenga más de 40 “a” y hasta 60 “a” de altura, la web del Gobierno se ubicará a la mitad de la altura total del contenedor.

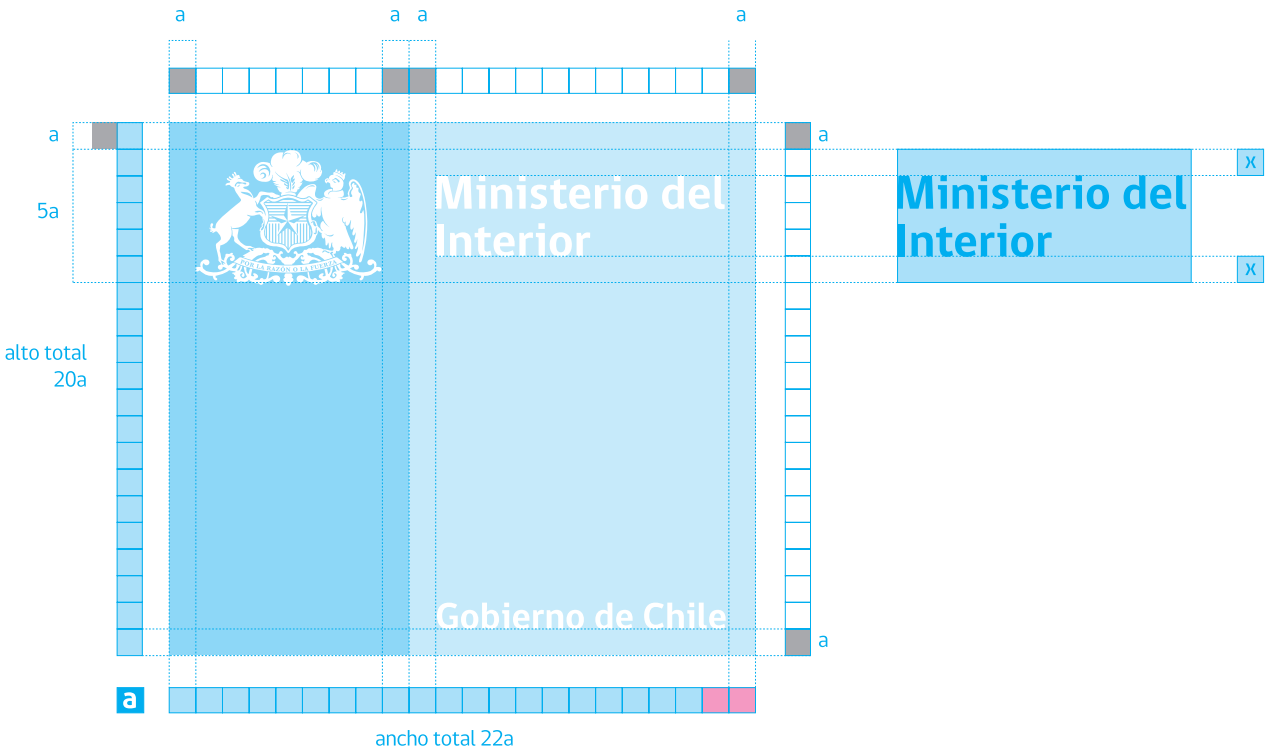
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Más de 60 “a” de altura

En estos casos se duplicará el margen superior respecto del logotipo de 2 “a” a 4 “a”, y la web se ubicará a 30 “a” del borde superior.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Dos líneas

Los isologos de ministerios y subsecretarías surgen del isologo del Gobierno de Chile.

En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

El Gobierno de Chile endosa la comunicación, tal como se presenta en esta gráfica.

Las submarcas de ministerios y subsecretarías pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Ministerio del Interior
Gobierno de Chile

Ministerio de Hacienda
Gobierno de Chile

Ministerio de Educación
Gobierno de Chile

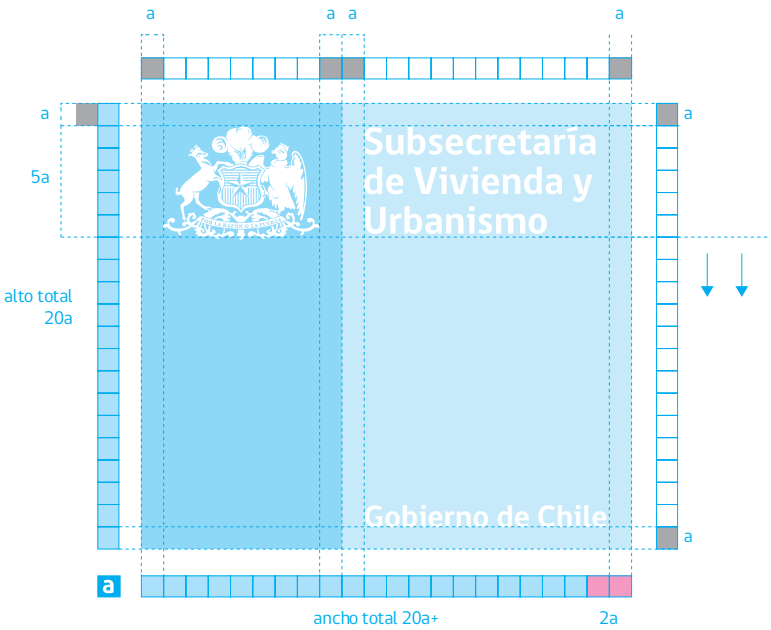
Ministerio de Justicia
Gobierno de Chile

Ministerio de Salud
Gobierno de Chile

Ministerio de Obras Públicas
Gobierno de Chile

Ministerio de Minería
Gobierno de Chile

Ministerio de Energía
Gobierno de Chile



Tres o más líneas

Los isologos de ministerios y subsecretarías surgen del isologo del Gobierno de Chile.

En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

Cuando se trate de algún ministerio o subsecretaría cuyo nombre utilice tres o más líneas, se reducirá el margen superior con respecto al logotipo de 2 "a" a 1 "a".

El Gobierno de Chile endosa la comunicación, tal como se presenta en esteagráfica.

Las submarcas de ministerios y subsecretarías pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Subsecretaría de Bienes Nacionales
Gobierno de Chile

Ministerio de Relaciones Exteriores
Gobierno de Chile

Ministerio del Medio Ambiente
Gobierno de Chile

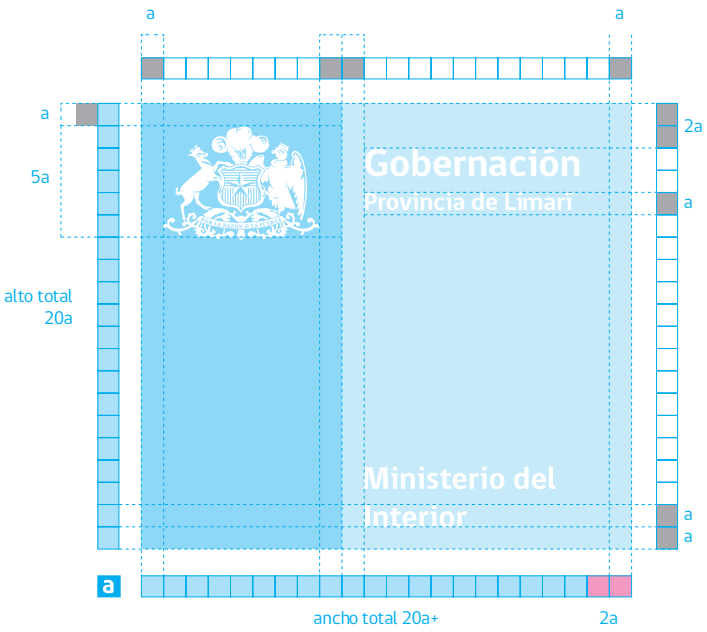
Servicio Nacional de la Mujer
Gobierno de Chile

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
Gobierno de Chile

Ministerio Secretaría General de Gobierno
Gobierno de Chile

Subsecretaría para las Fuerzas Armadas
Gobierno de Chile

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Gobierno de Chile



Dos líneas

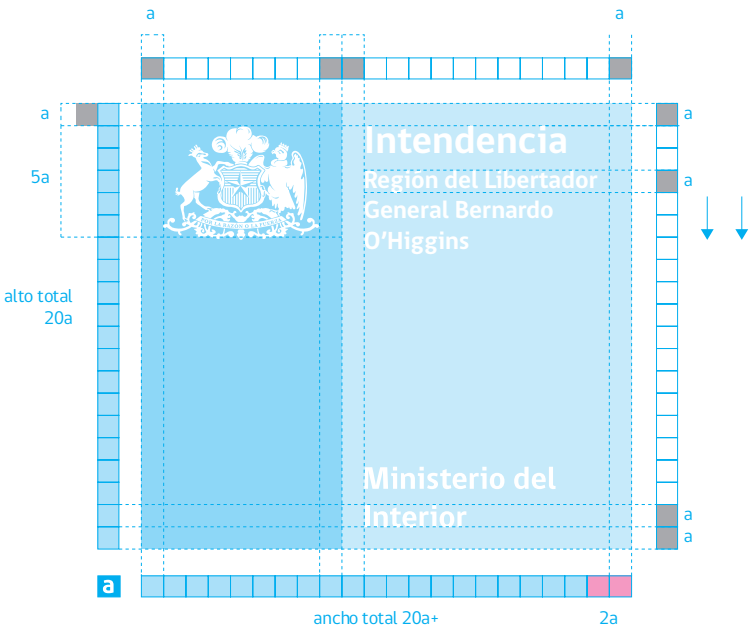
Los isologos de intendencias y gobernaciones surgen del isologo del Gobierno de Chile.

En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

Dado que estas reparticiones dependen del Ministerio del Interior, es éste el que endosa la comunicación.

Las submarcas de intendencias y gobernaciones pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase “Ministerio del Interior” que los que se utilizan para “www.gob.cl”.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Tres o más líneas

Los isologos de intendencias y gobernaciones surgen del isologo del Gobierno de Chile.

En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

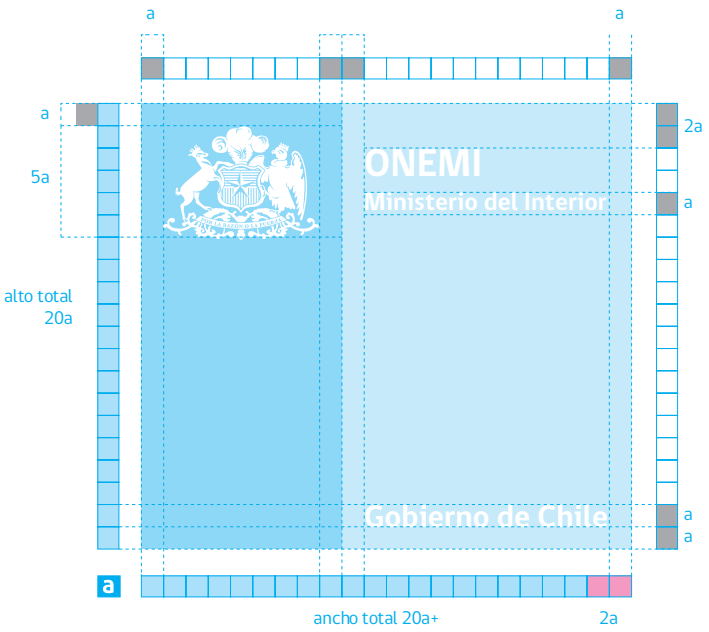
Cuando se trate de una intendencia o gobernación cuyo nombre utilice tres o más líneas, se reducirá el margen superior respecto del logotipo de 2 "a" a 1 "a".

Dado que estas reparticiones dependen del Ministerio del Interior, es éste el que endosa la comunicación.

Las submarcas de intendencias y gobernaciones pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Ministerio del Interior" que los que se utilizan para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

ISOLOGO – CONSTRUCCIÓN SUBMARCAS DE SERVICIOS U ORGANISMOS DEPENDIENTES DE MINISTERIOS



Dos líneas

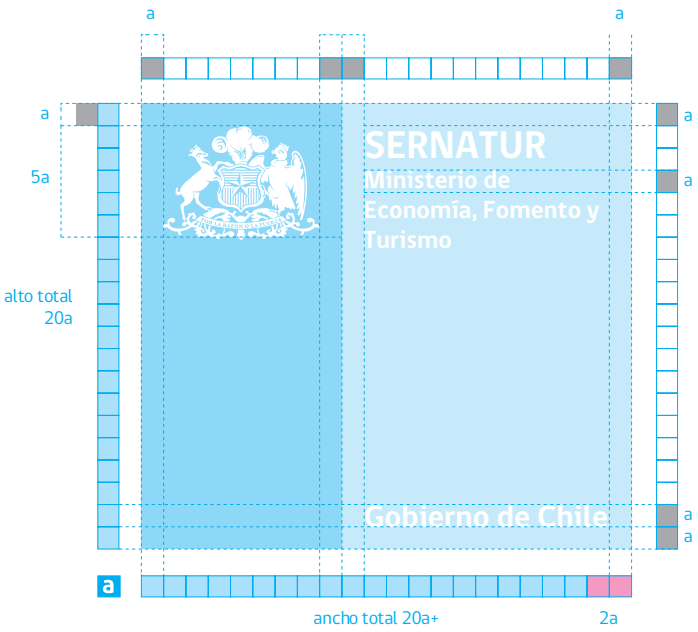
Los isologos de servicios u organismos dependientes de ministerios surgen del isologo de cada cartera, incluyendo su denominación.

En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

El Gobierno de Chile endosa la comunicación como se presenta en esta gráfica.

Las submarcas de servicios u organismos dependientes de ministerios pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Tres o más líneas

Los isologos de servicios u organismos dependientes de ministerios surgen del isologo de cada cartera, incluyendo su denominación.

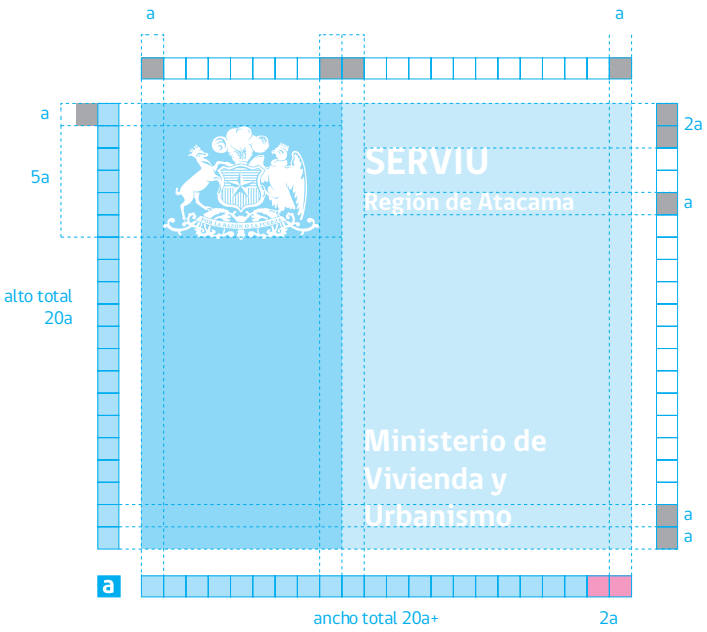
En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

Cuando se trate de un servicio u organismo dependiente de ministerios cuyo nombre utilice tres o más líneas, se reducirá el margen superior con respecto del logotipo de 2 "a" a 1 "a".

El Gobierno de Chile endosa la comunicación como se presenta en esta gráfica.

Las submarcas de servicios u organismos dependientes de ministerios pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Dos líneas

Los isologos de servicios u organismos regionales surgen del isologo de los ministerios.

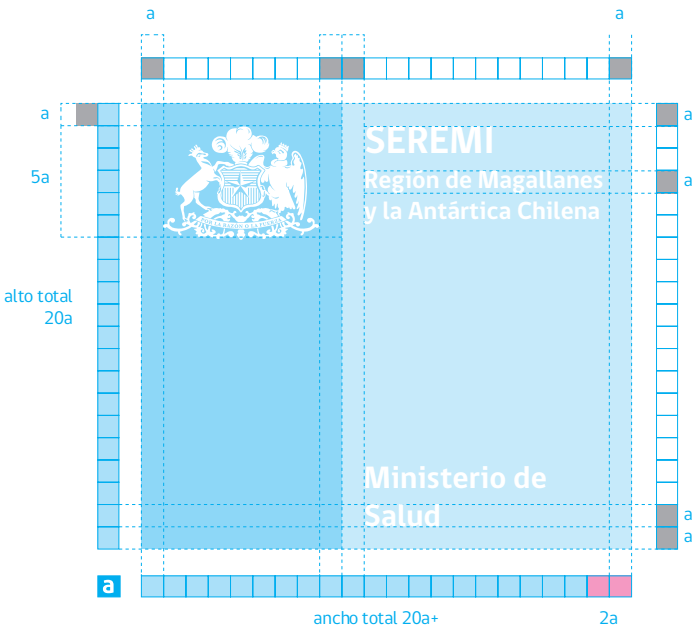
En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

Dado que estas reparticiones dependen de alguna cartera, es ésta la que endosa la comunicación.

Las submarcas de servicios u organismos regionales pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión del nombre del ministerio del cual dependen que los utilizados para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

ISOLOGO - CONSTRUCCIÓN SUBMARCAS DE SERVICIOS U ORGANISMOS REGIONALES



Tres o más líneas

Los isologos de servicios u organismos regionales surgen del isologo de los ministerios.

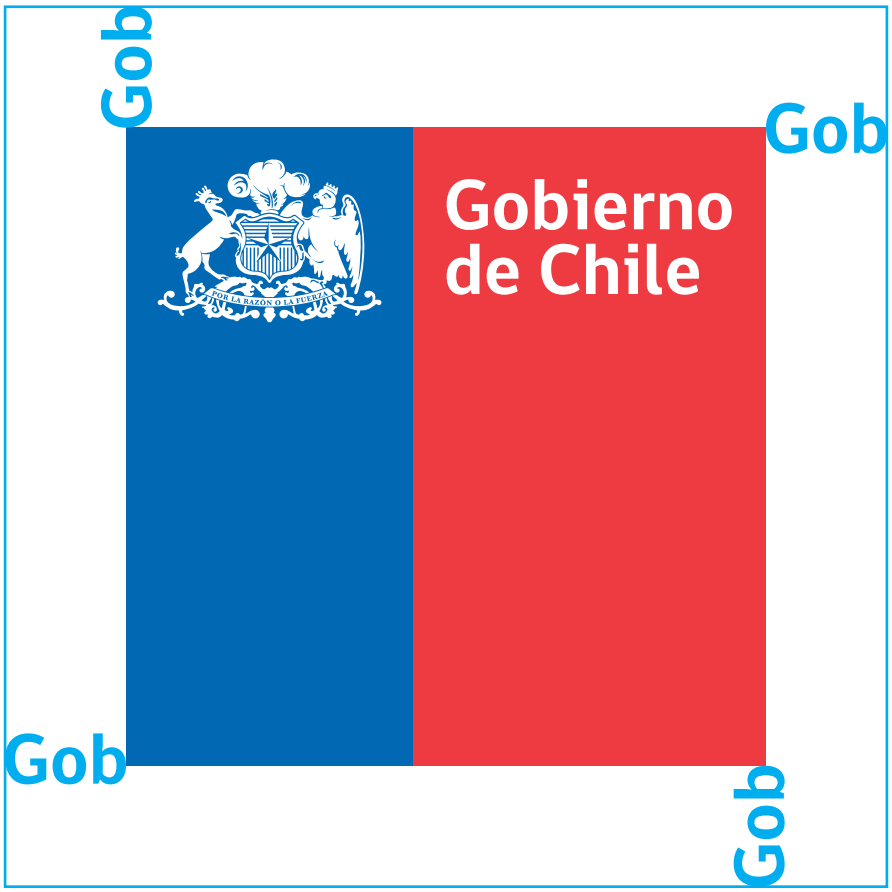
En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

Cuando se trate de servicios u organismos regionales cuyos nombres utilicen tres o más líneas, se reducirá el margen superior con respecto al logotipo de 2 "a" a 1 "a".

Dado que estas reparticiones dependen de algún ministerio, es éste el que endosa la comunicación.

Las submarcas de servicios u organismos regionales pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión del nombre del ministerio del cual dependen que los utilizados para "www.gob.cl".

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Isologo – área de resguardo

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que se deberá respetar en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

Mantener este espacio es esencial para preservar el valor de la marca. Esto se aplica también para todas las submarcas.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Isologo original

4.3 cm

Tamaño mínimo admitido

1.75 cm

Tamaños mínimos

Para facilitar la lectura y/o mantener la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo, el que se expresa en la presente página.

La dimensión más pequeña que se admite para la aplicación de la marca es de 4.3 cm. de ancho y su correspondiente proporción vertical.

En caso de necesitar una aplicación menor, se ha creado una versión especial para tamaños reducidos (cuya versión mínima es de 1.75 cm.).

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Versiones de color

El color es un elemento de soporte importante en la identidad del Gobierno de Chile. Los colores institucionales permiten distinguir comercialmente a la entidad.

La identidad se compone de dos colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK).

Éstos pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados independientemente.

La reproducción de la marca se realiza utilizando los colores especialmente seleccionados para Gobierno de Chile, con el fin de mantener intactos los atributos de identidad. La versión color es la de uso preferencial.

En esta página se presenta la versión color y en las siguientes se establecen con mayor detalle otras variantes. Éstas pueden ser aplicadas cuando existan restricciones técnicas que impidan el uso de la alternativa preferencial.

En los casos de impresiones por cuatricromía o publicaciones en alguna vía digital, deberán respetarse las equivalencias planteadas para lograr los tonos deseados.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

PANTONE
Black

C	M	Y	K
0	0	0	85

R	G	B
77	77	77

PANTONE
Black

C	M	Y	K
0	0	0	65

R	G	B
120	120	120

Versión en escala de grises

En la presente página se establece la versión en escala de grises para su uso en sistemas de reproducción que no permitan la impresión de colores, pero sí admitan el uso de grisados.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

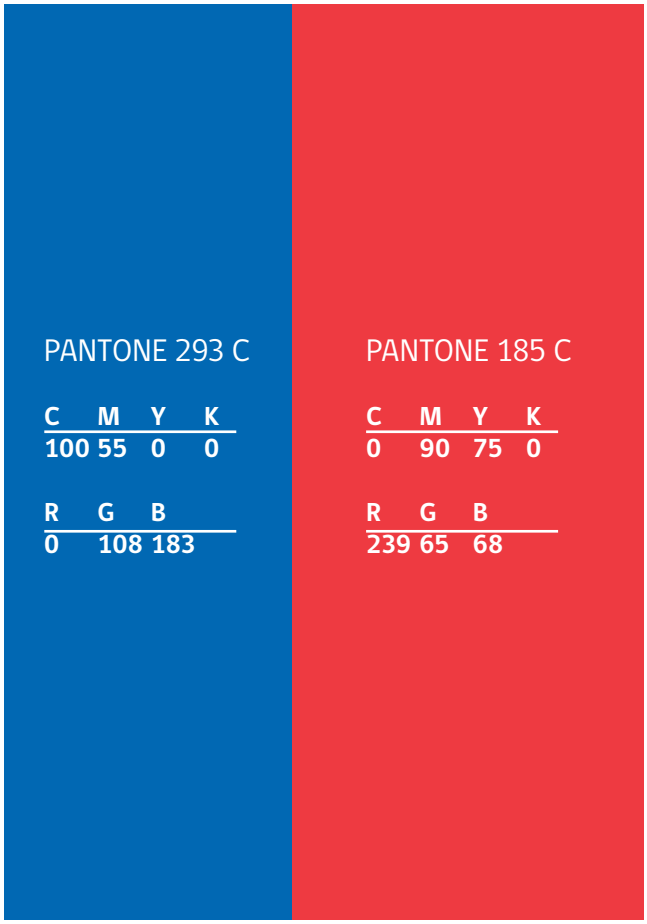
Versión pluma

En la presente página se establece la versión pluma de la marca. Ésta sólo admite colores plenos y **deberá ser utilizada únicamente para sistemas de impresión que no permitan el uso de colores ni grisados.**

Esta alternativa también se admite para aplicaciones directas sobre materiales especiales, tales como cueros, metales, telas, pulidos, bruñidos o materializaciones en alto o bajo relieve, por ejemplo, sobre superficies de mampostería.

En la presente página se muestran diferentes ejemplos de utilización.

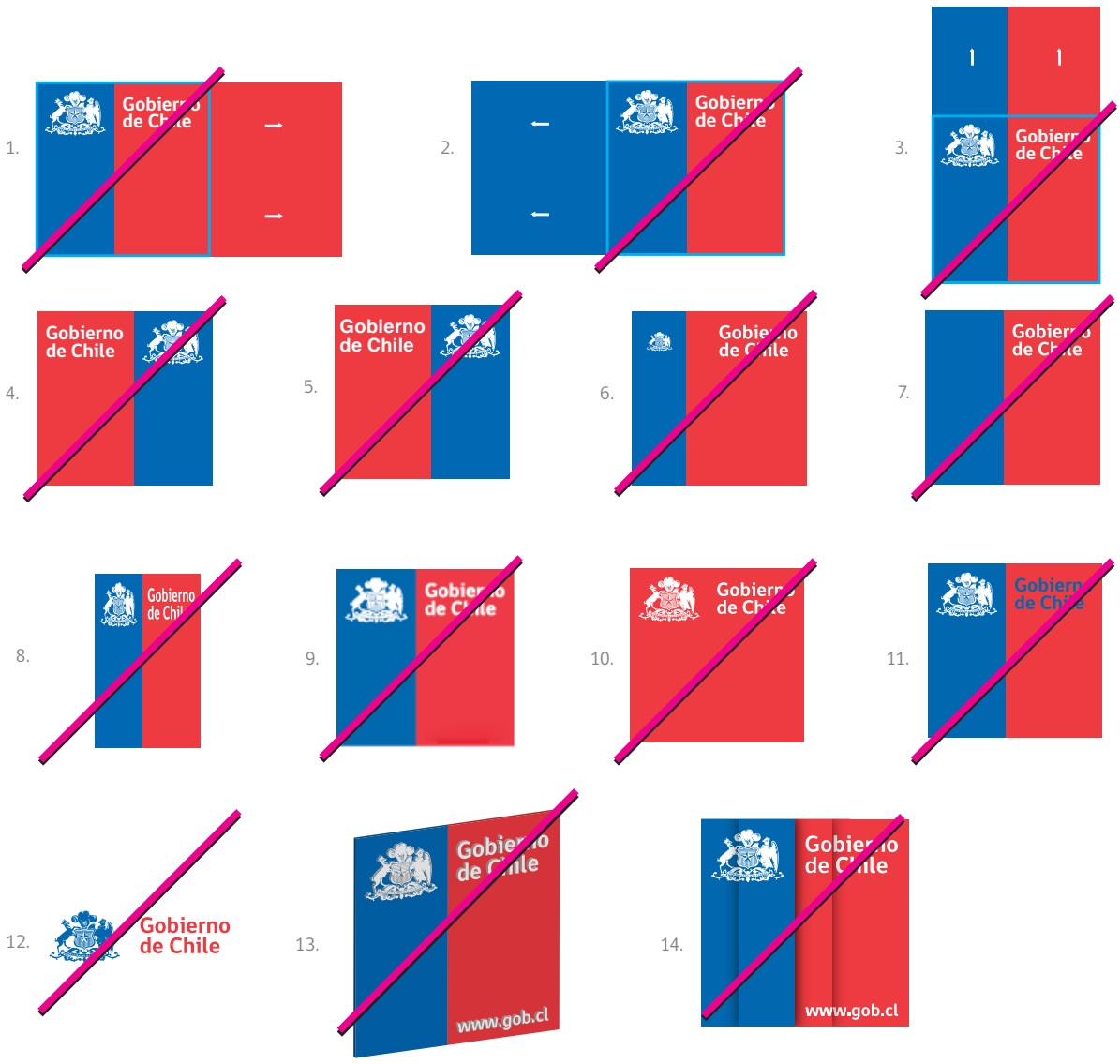
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Color

La identidad del Gobierno de Chile se compone de dos colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK).

Estos colores pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados de manera independiente.



Usos prohibidos

La identidad visual del Gobierno de Chile no deberá ser modificada en ningún caso, para evitar que se destruya la estructura sobre la cual está basada. Por lo tanto, la aplicación de las normativas que se establecen en cuanto al uso de la marca deberá ser muy cuidadosa.
A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca.

Especificaciones

1, 2, 3 y 6. La proporción entre los elementos no debe variarse.

4. La ubicación de los elementos no puede variarse.

5. El logotipo no debe ser reconstruido o remplazado.

7. Ningún elemento de la marca podrá ser eliminado.

8. La marca no debe condensarse, estirarse ni deformarse en modo alguno.

9. Siempre deberán utilizarse originales de calidad.

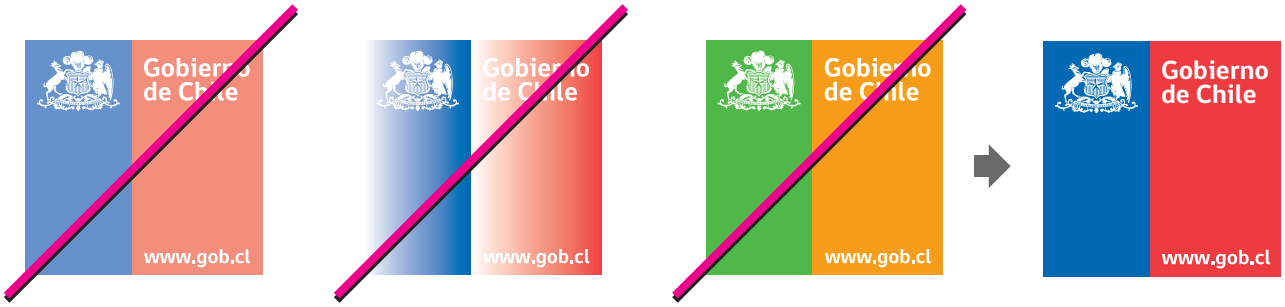
10. La marca no podrá aplicarse, bajo ningún concepto, sin alguno de los elementos que la componen.

11 y 12. Los colores no deben alterarse ni invertirse.

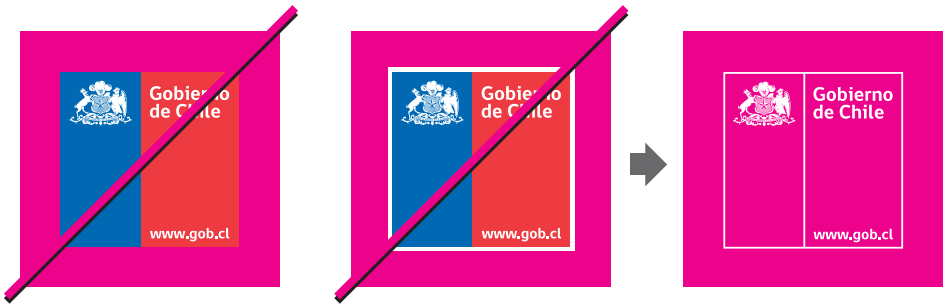
13. La marca no admite efectos 3D ni construcciones corpóreas.

14. La marca no podrá ser intervenida con elementos ajenos.

1.



2.



3.

Fondos simples

Es muy importante que el fondo no perturbe el reconocimiento de la marca, para asegurar así el impacto visual procurado desde su creación.

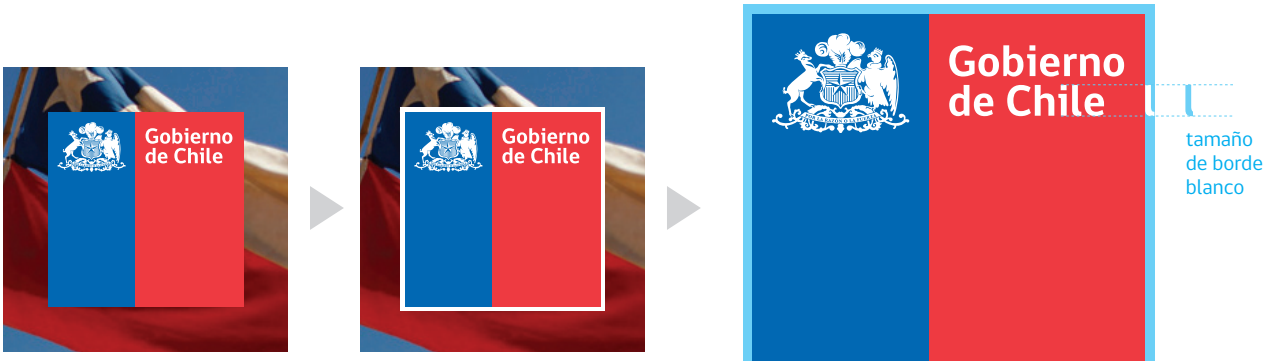
La implementación de las normativas del uso del color deberá ser muy cuidadosa. En esta página se presentan -a modo de ejemplo- algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca. También se indica su correcta resolución.

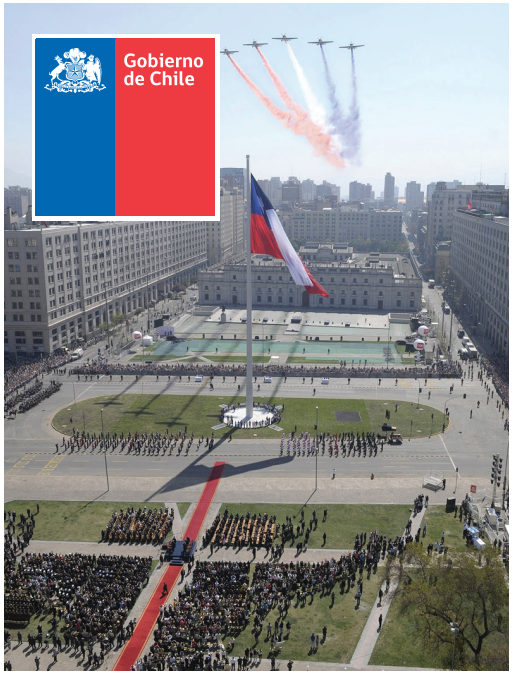
De aquí se desprenderán otras aplicaciones que el responsable de marca deberá detectar oportunamente para preservar la identidad del Gobierno de Chile.

Especificaciones

1. El uso de transparencias, degradés, efectos o alteraciones del color no está permitido. La marca deberá utilizarse en su versión color.

2 y 3. Sobre fondos no institucionales deberá aplicarse la versión pluma de la marca.





Fondos complejos

Es posible que sea necesario reproducir la marca sobre fondos no plenos, de gran complejidad (por ejemplo, fotografías o tramas). En estas circunstancias es muy importante que el fondo no perturbe el reconocimiento de la marca, para mantener así su impacto visual.

En los casos en que la legibilidad de la marca se vea comprometida, ésta podrá aplicarse con un borde blanco. Si la fotografía es lo suficientemente homogénea y no perturba el reconocimiento de la marca, el borde no será necesario.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

gobCL Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

gobCL Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

gobCL Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

gobCL Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

Tipografía gobCL

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual del Gobierno de Chile.

La tipografía institucional es la gobCL, en sus variantes Light, Regular, Bold, y Heavy.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones del Gobierno de Chile.

GobCl fue especialmente diseñada para esta marca. Será la única tipografía que se implementará en el sistema de identidad de la marca del gobierno.

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

Verdana Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&()*

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#$%^&*()

Tipografía opcional de sistema (sólo para casos especiales)

Únicamente en los casos en que por requerimientos técnicos no se pueda utilizar la tipografía de la marca, recurriremos a una tipografía de sistema: Verdana.

Versión superior

Los sitios web de dependencias gubernamentales pueden incluirse dentro de la comunicación, como se muestra en la gráfica.

Éstos nunca deben incluirse dentro del isologo, ya que eso sería una manipulación indebida de la marca.

Para estos efectos se utiliza la barra de color anexa, que puede usarse sobre o debajo del isologo, respetando el área de resguardo mínima. Sin perjuicio de esto, la distancia entre el isologo y la barra anexa puede crecer cuanto se considere necesario, siempre y cuando no se pierda la continuidad visual.

Para simplificar y acortar las URLs, se establece como criterio general que éstas se denominarán sin el uso de "www."

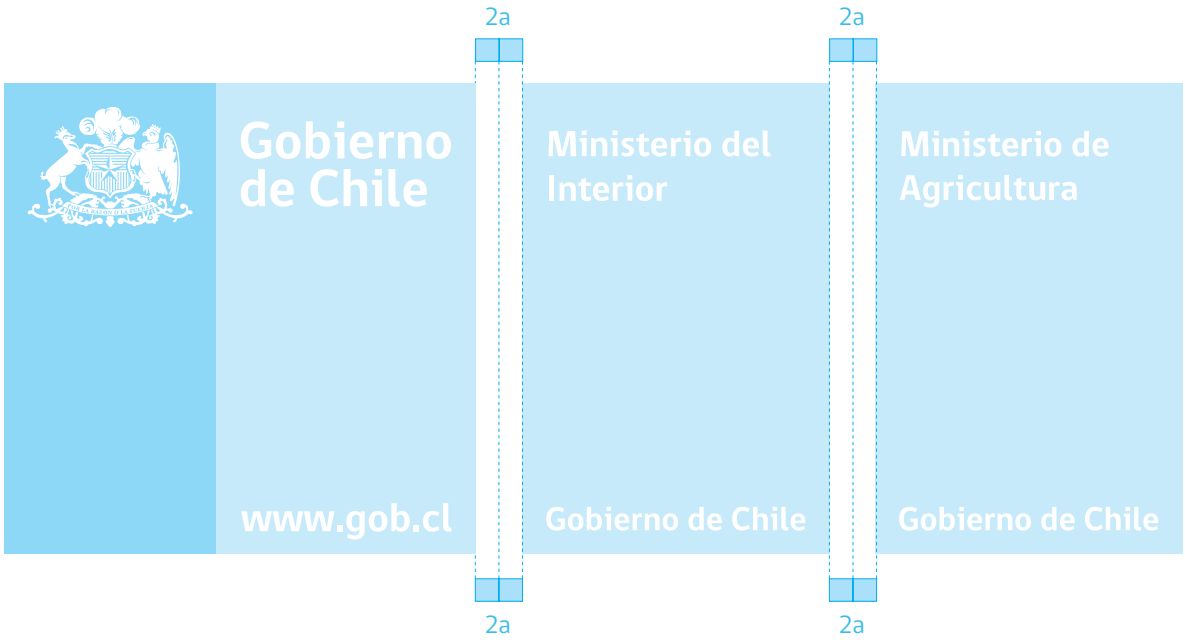
Versión inferior

Los sitios web de dependencias gubernamentales pueden incluirse dentro de la comunicación, como se muestra en la gráfica.

Éstos nunca deben incluirse dentro del isologo, ya que eso sería una manipulación indebida de la marca.

Para estos efectos se utiliza la barra de color anexa, que puede usarse sobre o debajo del isologo, respetando el área de resguardo mínima. Sin perjuicio de esto, la distancia entre el isologo y la barra anexa puede crecer cuanto se considere necesario, siempre y cuando no se pierda la continuidad visual.

Para simplificar y acortar las URLs, se establece como criterio general que éstas se denominarán sin el uso de "www."



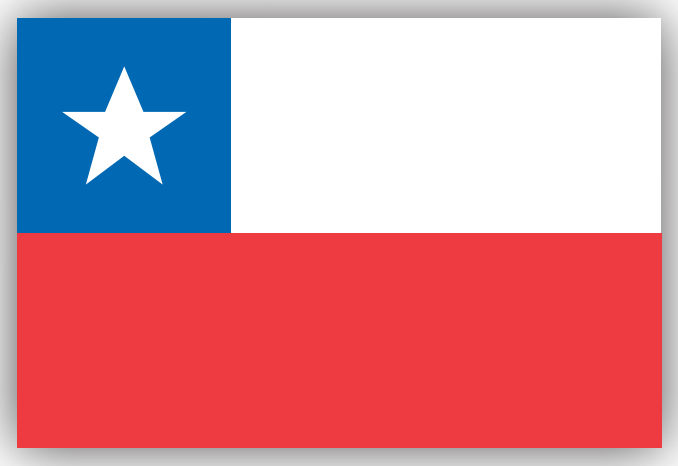
Más de una dependencia

En los casos en que más de una dependencia endose una actividad y/o comuncación, pondremos en primer lugar el isologo del Gobierno de Chile, con su sitio web como firma.Luego, las otras reparticiones se sumarán hacia la derecha, repitiendo el contenedor rojo (como muestra el ejemplo).

Gobierno de Chile
www.gob.cl
Ministerio del Interior
Gobierno de Chile
Ministerio de Agricultura
Gobierno de Chile

sistema

gráfico



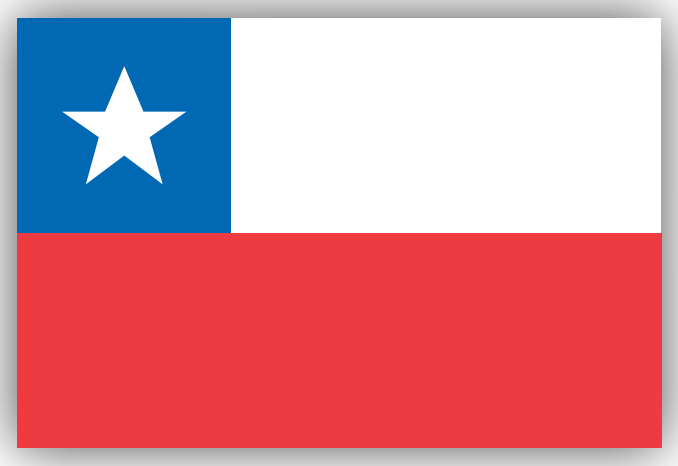
Sistema gráfico

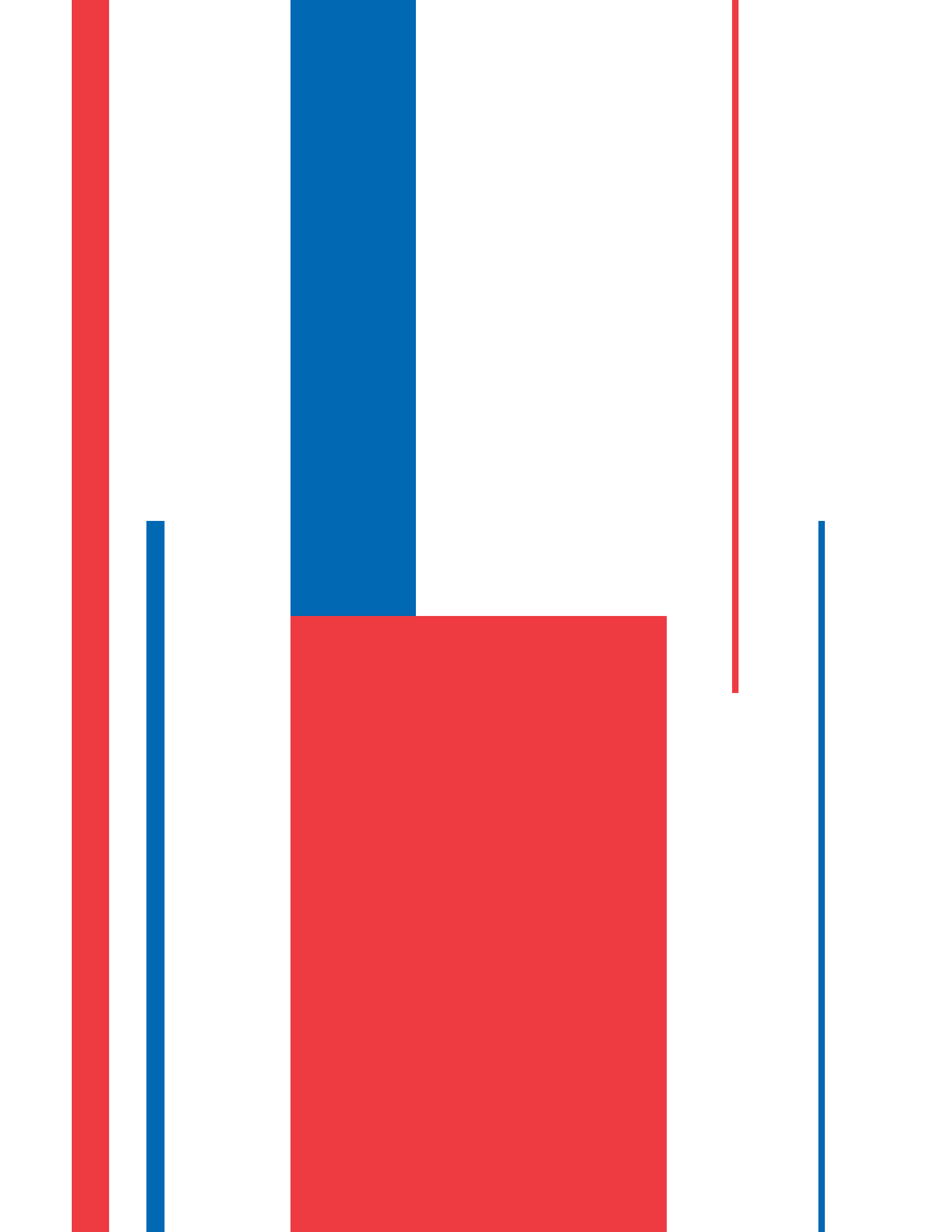
El sistema gráfico se deriva de la bandera nacional y sus colores (previamente establecidos en este documento).

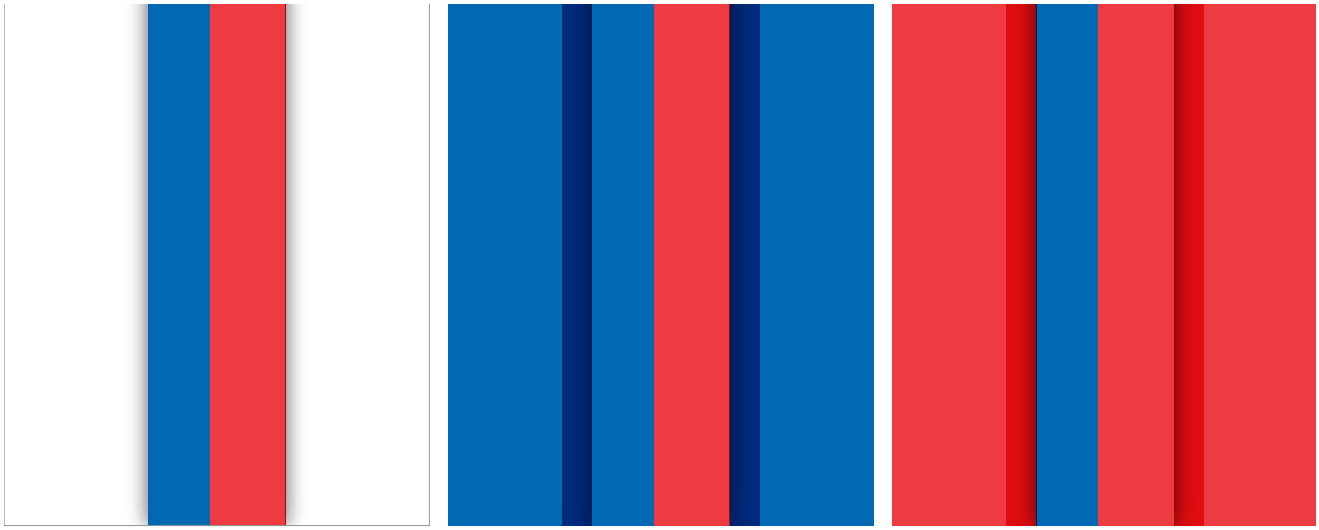
La administración de estos planos de color procurará siempre acentuar la verticalidad en las composiciones.

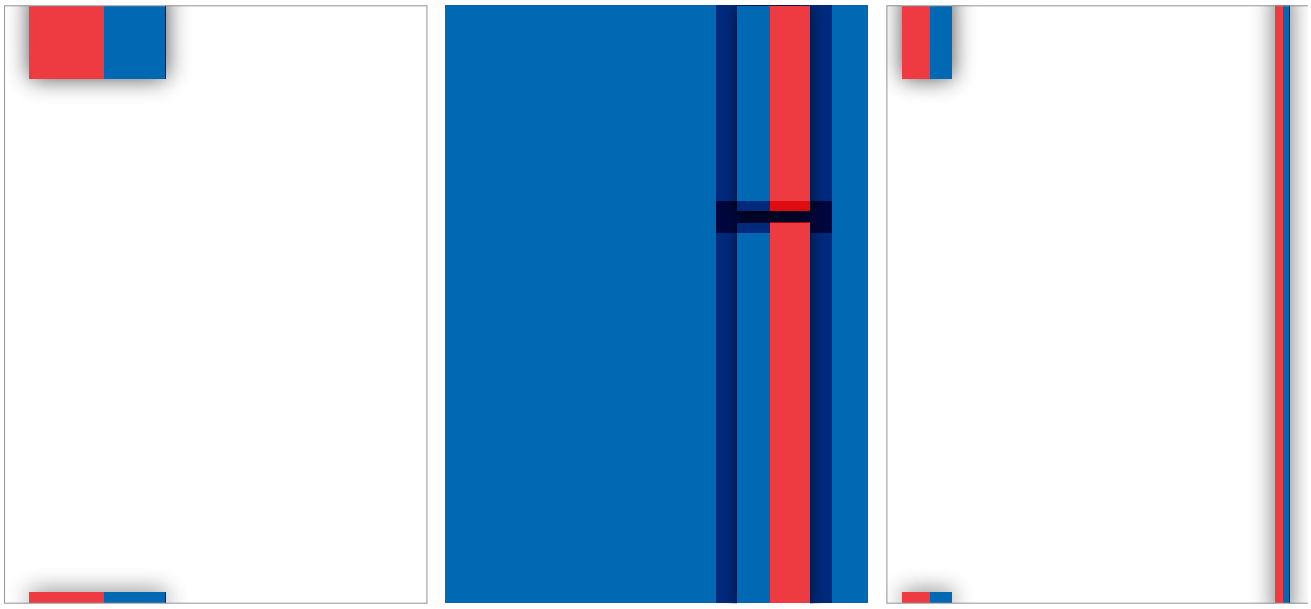
Las sombras tenues en cada plano de color permiten diversificar las posibilidades del sistema.

De todas maneras, el uso de los colores sin sombras está permitido. En ámbitos protocolares, la aplicación del sistema gráfico sin sombras mostrará a la marca con la simpleza y sutileza que éstos requieren.









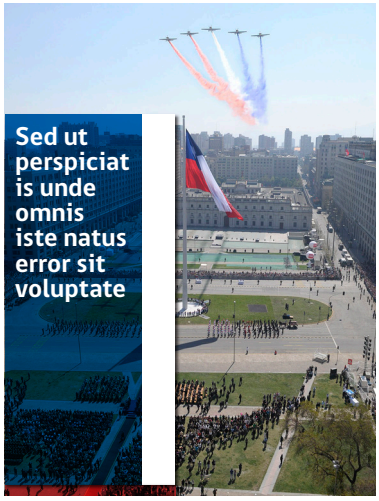
Sistema gráfico

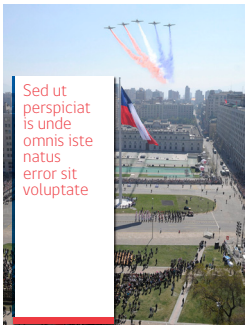
Las sombras en los planos permiten la superposición de colores iguales sin que se pierda ningún elemento.

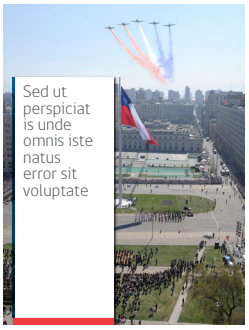
El sistema es lo suficientemente flexible como para generar situaciones de mayor impacto y presencia cromática u otras mucho más sutiles y sobrias, como las que aquí se presentan.

Sistema gráfico

Aun en formatos apaisados podemos acentuar la verticalidad que caracteriza al sistema gráfico.





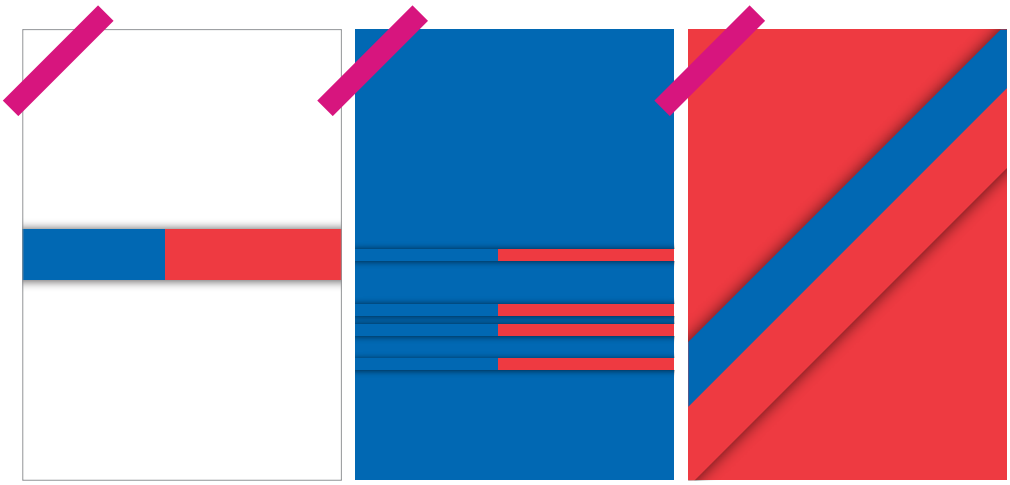


Sistema gráfico

Sobre fotografías, los colores de la marca pueden ser trabajados tanto en transparencia (multiply) como en plenos.

Esto abre aún más el universo de posibilidades para el sistema gráfico y permite que la aplicación de planos de color no necesariamente interrumpa la escena fotográfica.

No se recomienda el uso de blanco en transparencia.



Sistema gráfico: usos incorrectos

El sistema gráfico y la composición de piezas de comunicación en general, siempre procurarán acentuar la verticalidad. No es deseable la presentación con tendencia apaisada de estos elementos ni la generación de direcciones más allá de la verticalidad.

Estilo fotográfico

En cada una de nuestras comunicaciones debemos transmitir a los distintos públicos el beneficio o valor diferencial de nuestra marca. La fotografía es un componente clave, por lo que es importante establecer criterios y normativas para su correcto uso, a fin de lograr una comunicación reconocible y propia del Gobierno de Chile.

Las fotografías que aquí se presentan han sido incluidas -a modo de ejemplo- para guiar a los responsables de su producción o selección.

1- La presencia de personas en la fotografía ayudará a evidenciar el interés de la marca por cada uno de los chilenos.

2 - Los primeros planos -en los que la cámara y el fotógrafo se ubiquen cerca del objetivo- involucran al espectador en la escena, permitiendo transmitir uno de los atributos fundamentales de la marca: la cercanía.

3 - El foco en determinadas zonas de la escena puntualiza el mensaje. Por otro lado, las áreas desenfocadas permiten una mayor comodidad para la aplicación del sistema gráfico.

4 - Si bien es indudable la pose intencional del personaje en primer plano, su cuidadosa elección y el contexto hacen que la escena se vuelva creíble y a la vez cercana.

Estilo fotográfico

5- No se recomienda el uso de imágenes lúgubres ni que muestren expresiones negativas.

6 - Así como la naturalidad de los personajes y las escenas ayudan a transmitir cercanía, la artificialidad y exageración de expresiones tienden a distanciar al espectador e incluso a ridiculizar la propuesta.

7 - Las situaciones estereotipadas e impostadas pueden resultar poco creíbles.

8 - Salvo que el mensaje lo justifique muy puntualmente, no se recomienda la utilización de espacios vacíos o edificaciones sin presencia humana.

Estilo fotográfico

9 -Se recomienda el uso de fotografías con luz natural en espacios reales.

10 - Siempre es preferible trabajar en contextos creíbles que demuestren que se trata de una marca que está en terreno. Esto también es cercanía.

11 - El encuadre elegido (lo que queda por dentro y por fuera del plano) también ayuda a puntualizar el mensaje, dirigir el ojo del espectador hacia un lugar preciso y a favorecer su comprensión. La poca cantidad de elementos en escena también contribuye en este sentido, generando mensajes claros y simples.

Estilo fotográfico

13 - El uso de filtros o efectos en postproducción atenta contra la credibilidad de la escena y el mensaje.

14 - Las imágenes artificiales y extremadamente compuestas o trabajadas atentan directamente contra la identificación del espectador.

15 - Las escenas poco claras y con exceso de elementos pueden confundir al espectador, así como atentar contra la simplicidad de la comunicación.

16 - Los puntos de vista lejanos al horizonte de la mirada humana excluyen y alejan al espectador.

Tarjeta de presentación

Sobre

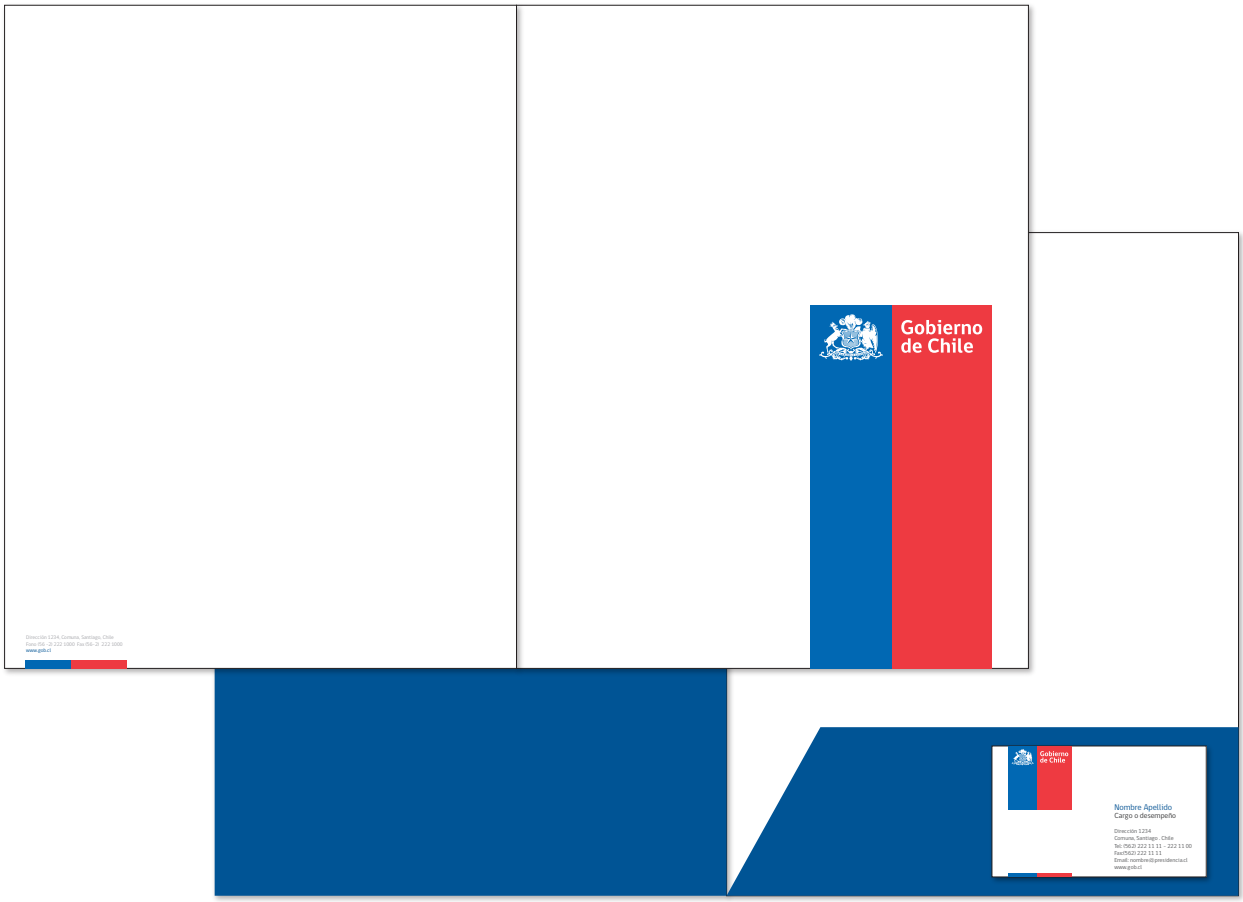
Hoja carta

Papelería

La papelería institucional transmite eficazmente la identidad visual del Gobierno de Chile. En esta página se presentan los modelos básicos de papel membrete y tarjetas personales.

De estos lineamientos generales de la papelería podrán derivarse otros, aunque siempre manteniendo el espíritu que guió su creación.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



Carpetas

En esta página se presenta el modelo básico de carpeta.

De estos lineamientos generales de la papelería podrán derivarse otros, aunque siempre manteniendo el espíritu que guió su creación.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.

Portada para CD

En esta página se presenta el modelo básico de portada de CD.

De estos lineamientos generales de la papelería podrán derivarse otros, aunque siempre manteniendo el espíritu que guió su creación.

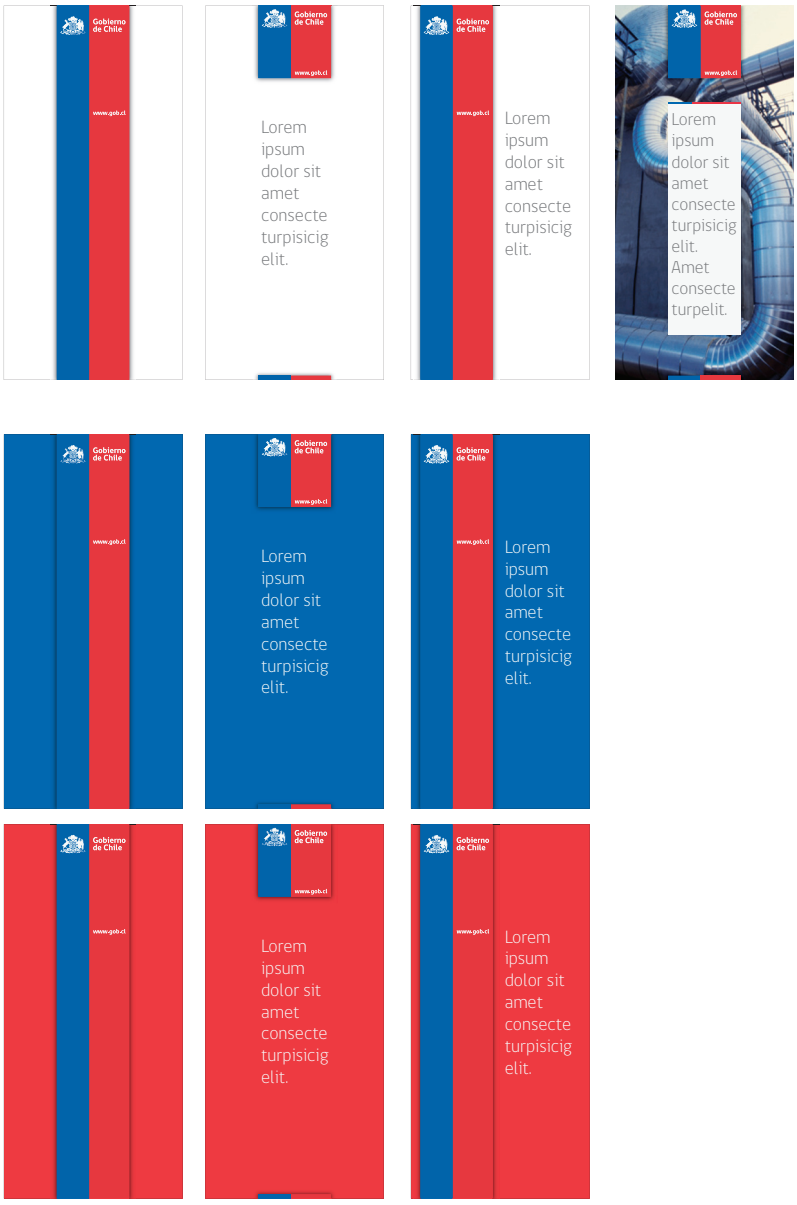
Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.

CD

En esta página se presenta el modelo básico de CD.

De estos lineamientos generales de la papelería podrán derivarse otros, aunque siempre manteniendo el espíritu que guió su creación.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



Folletos

En esta página se presentan algunos ejemplos de folletería.

De estos lineamientos generales podrán derivarse otros, aunque siempre manteniendo el espíritu que guió su creación.

Vallas de obras

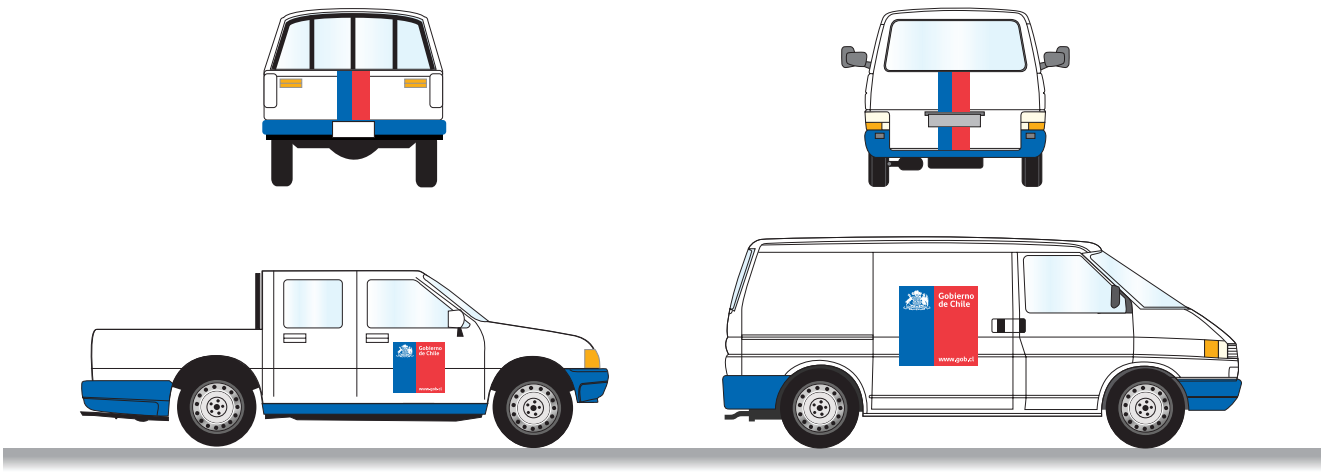
En esta página se presenta el modelo de vallas de obras **para todos los ministerios** que vayan a generar alguna construcción en el espacio público.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.

Pendones

En esta página se presentan algunos ejemplos de pendones.

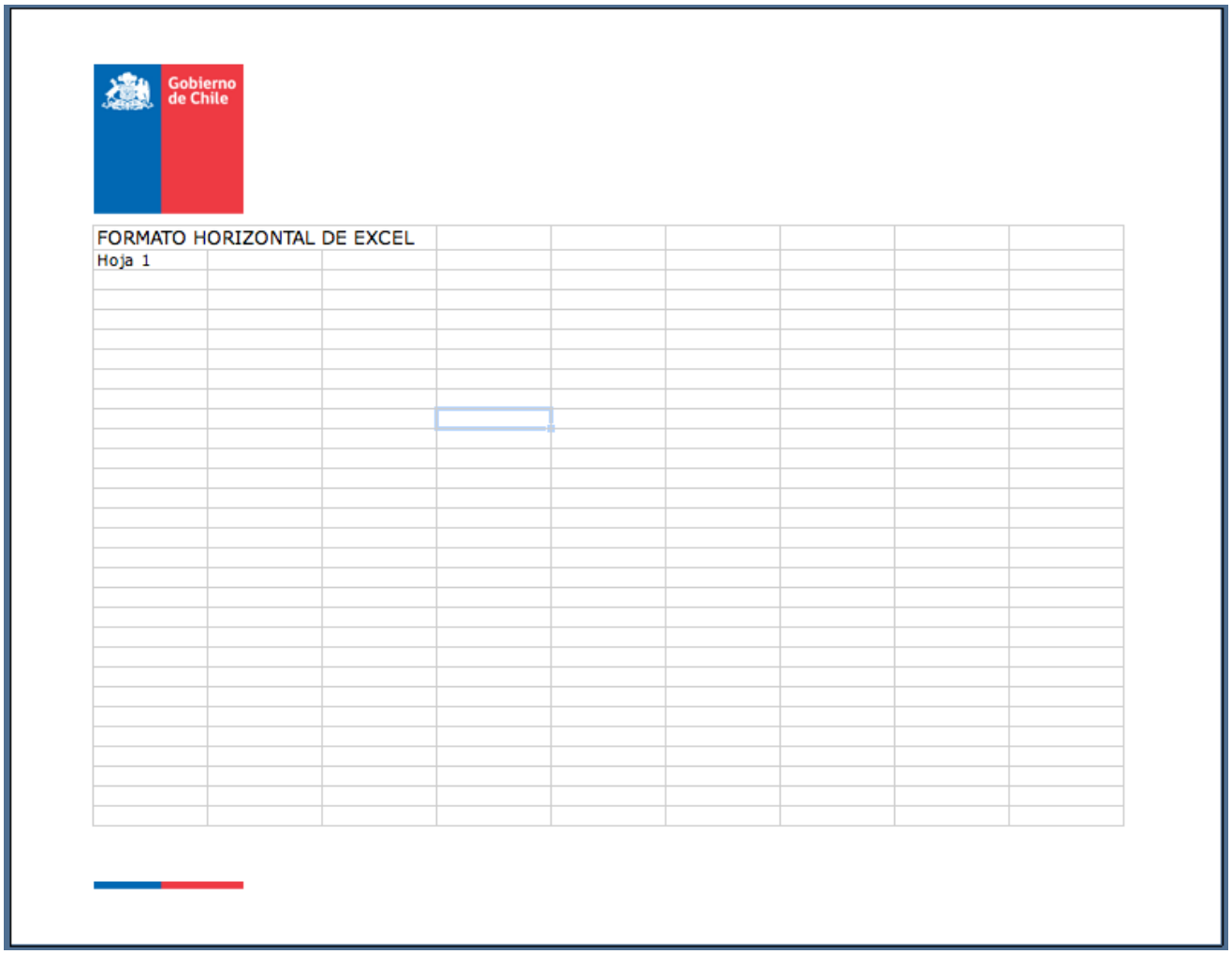
De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.



Vehículos

En esta página se presentan algunos ejemplos de gráficas aplicadas en vehículos.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

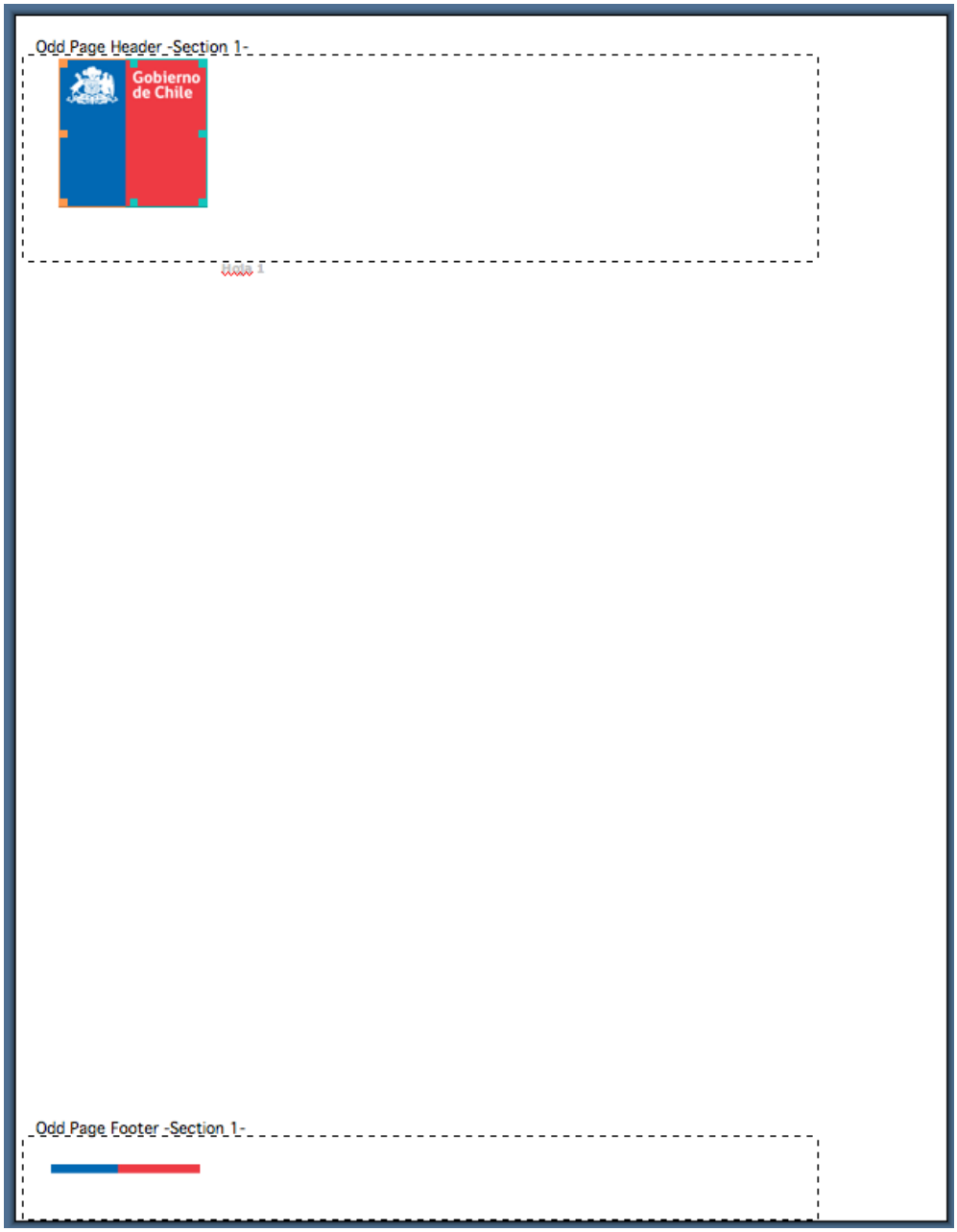


Plantilla de Excel

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de una plantilla de Excel.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.

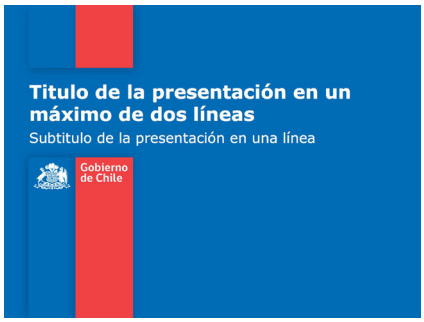


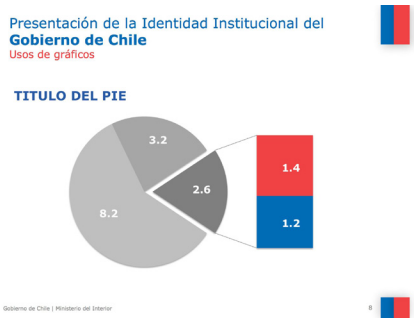
Template para Word

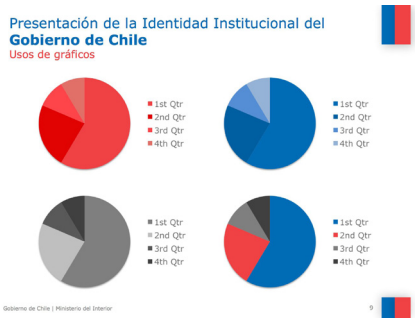
En esta página se presenta como ejemplo el diseño de un template de Word.

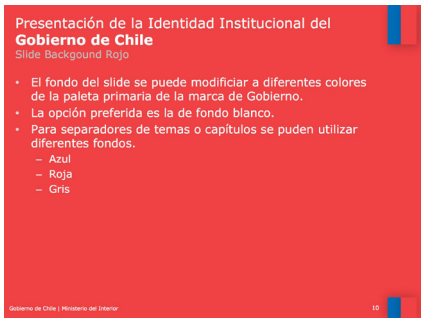
De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

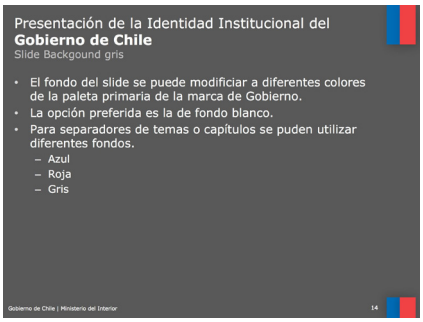
Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.









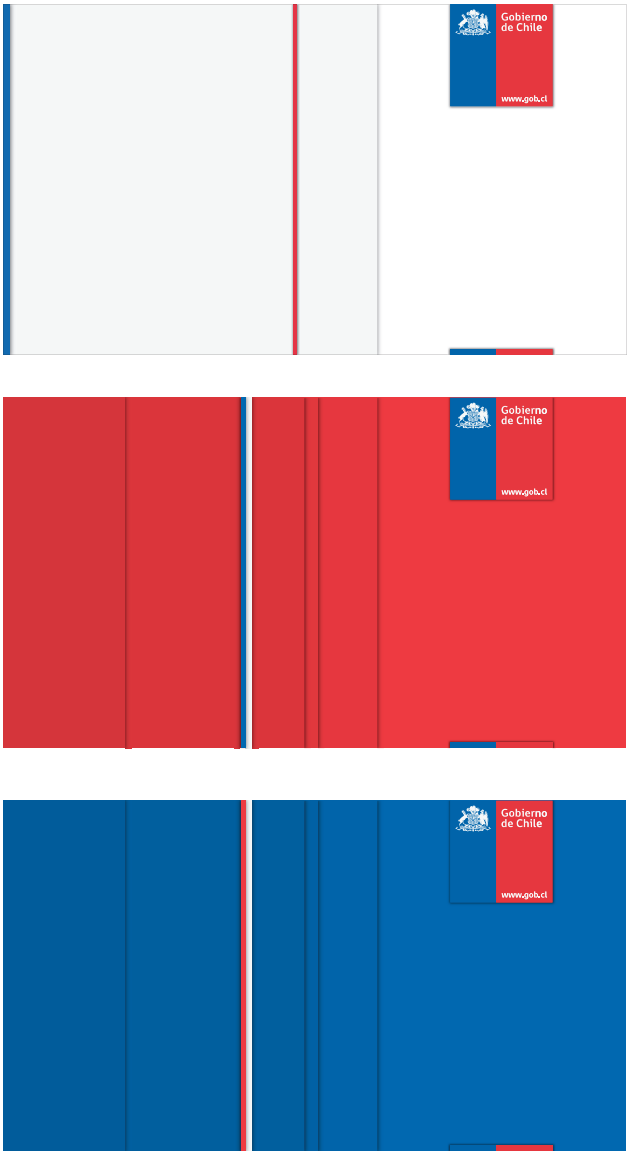


Template para Powerpoint

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de un template para Powerpoint.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



Fondos de pantallas

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de fondos de pantallas.

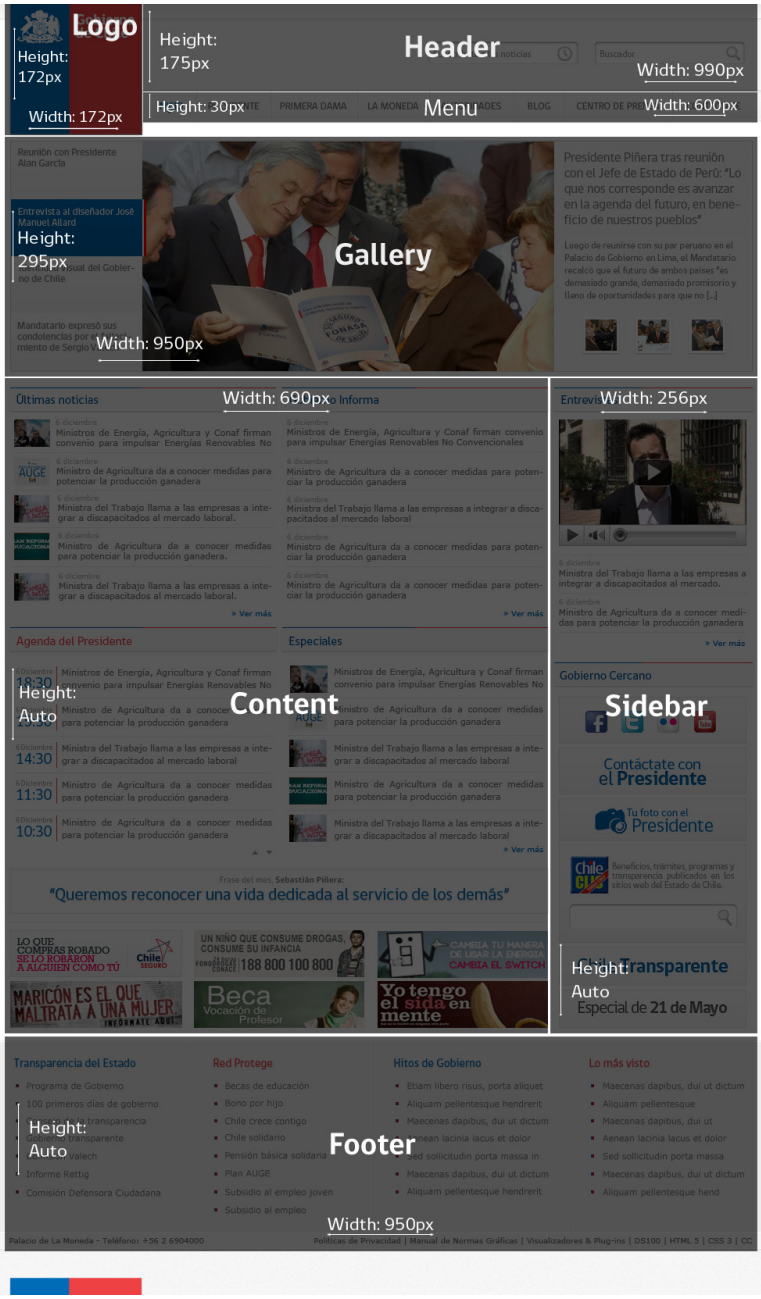
De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

Imagen web gob.cl

El estilo gráfico de la web de gobierno está alineado a la norma establecida.

La utilización de tonos grises suaves y agradables para la lectura de la información son los principales pilares en los que se fundamenta el diseño del sitio.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



Características del desarrollo

A continuación se presenta la explicación técnica de las principales características del sitio web.

Lenguajes de programación

HTML+CSS+PHP+JQUERY

CSS (hoja de estilos)

Fuente utilizada en el sitio web:
12px/140%
Verdana, Helvetica, sans-serif;

Colores utilizados en el sitio:

Formato:	RGB:
Body font color:	#787878
links:	#006CB7
Text 1:	#BBBBBB
Text2:	#ef4144

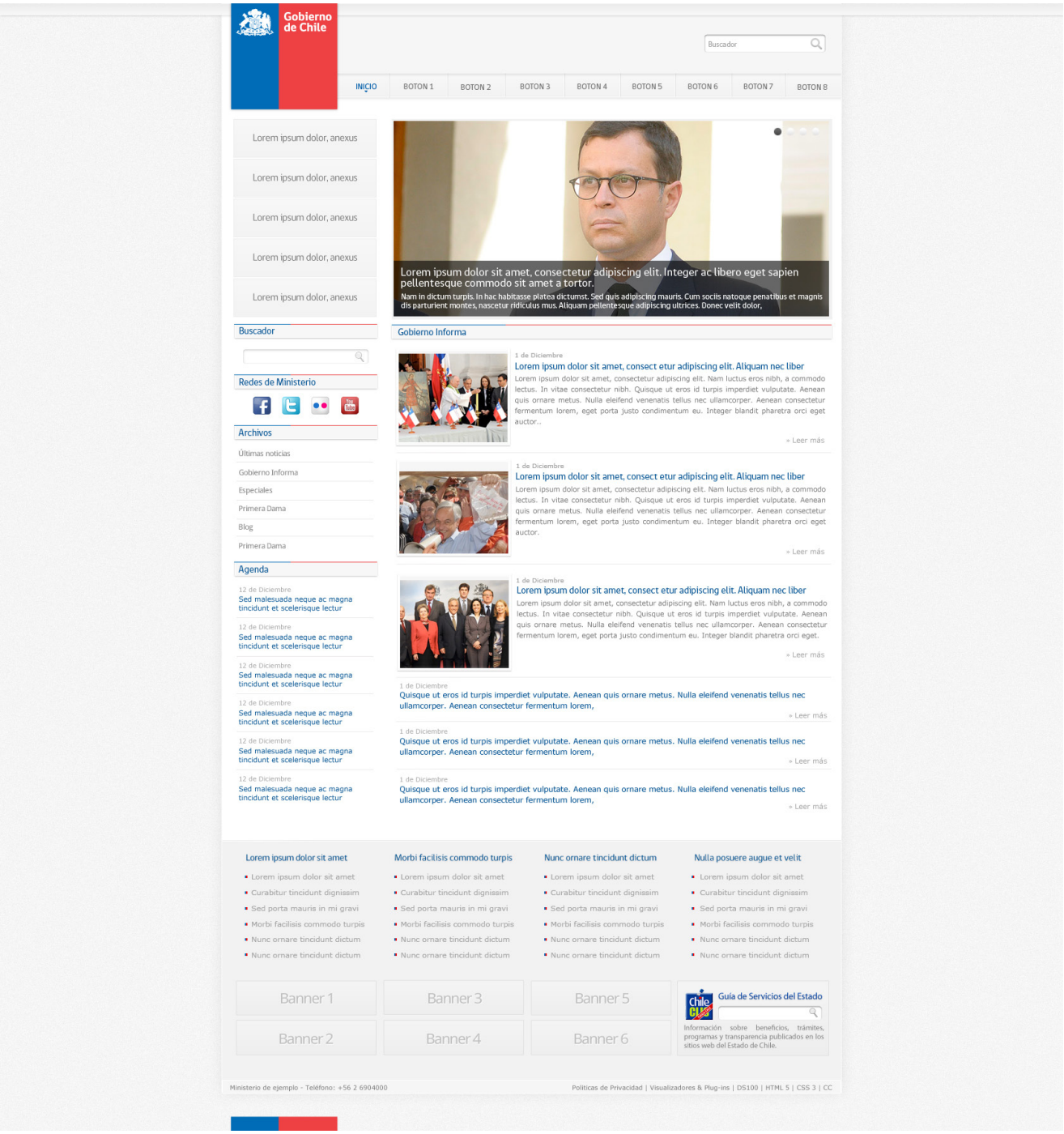


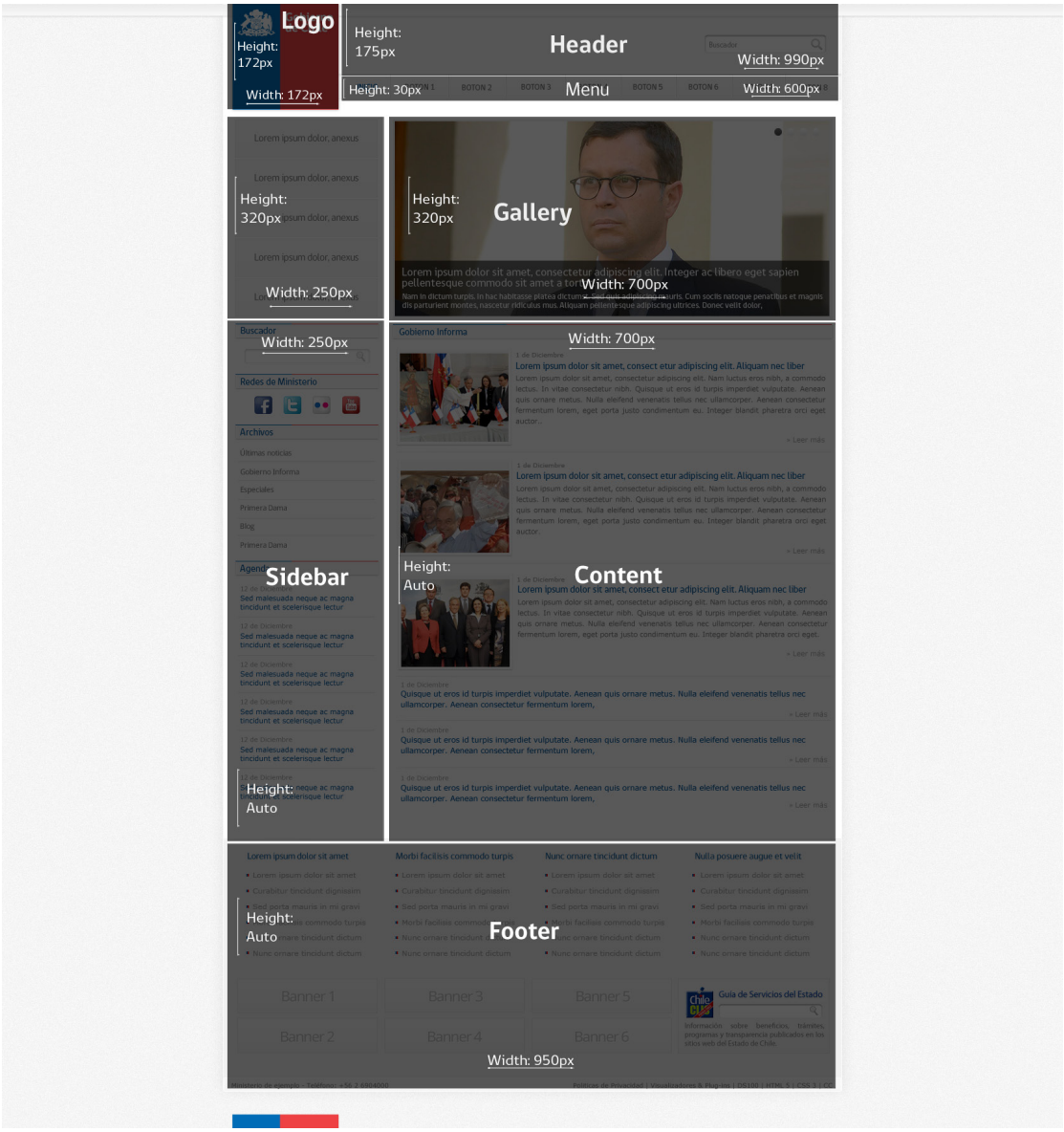
Imagen web de ministerios

Los sitios web ministeriales deberán estar alineados al sitio web gob.cl.

Así, podremos ofrecer a los ciudadanos una experiencia común al navegar entre los distintos sitios de gobierno.

Esto no significa que el diseño debe ser idéntico, sino que el uso de los colores y tipografía deben ser similares.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



Características del desarrollo

A continuación se presenta la explicación técnica de las principales características del sitio web.

Lenguajes de programación

HTML+CSS+PHP+JQUERY

CSS (hoja de estilos)

Fuente utilizada en el sitio web:
12px/140% Verdana, Helvetica, sans-serif;
Colores utilizados en el sitio:

	Formato:	RGB:
	Body font color:	#787878
	links:	#006CB7
	Text 1:	#BBBBBB
	Text2:	#ef4144

Avatar Twitter

Favicon.ico 32x32 pixéles.

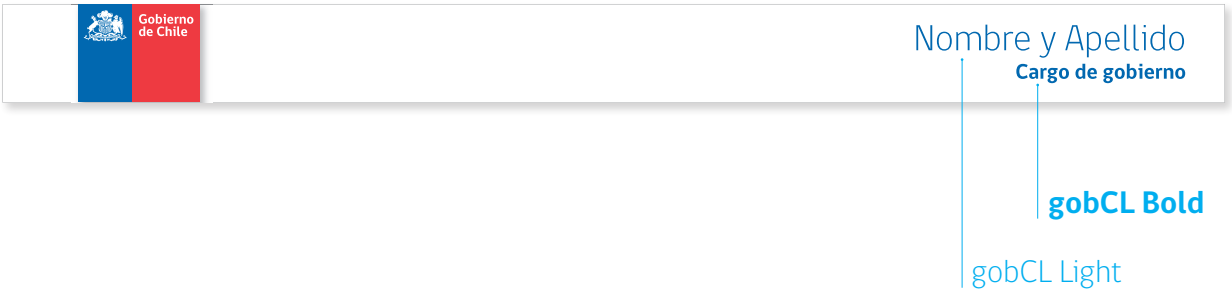
Avatar Facebook

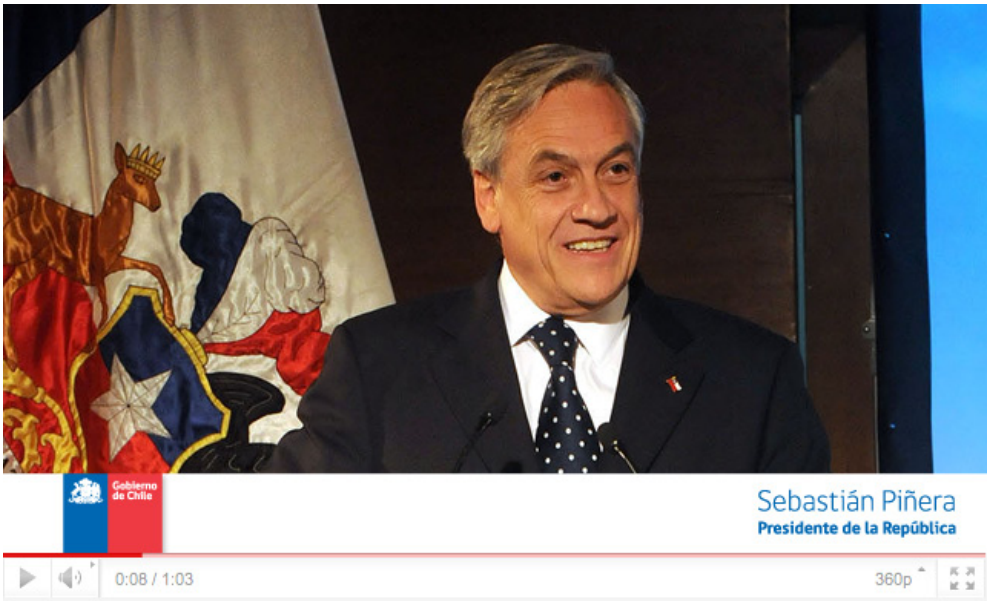
Presencia en web

En esta página se entregan lineamientos para el uso de la imagen gráfica en redes sociales, campañas, banners, micro-sitios, etc.

Las diferentes reparticiones de gobierno deberán utilizar estos criterios a la hora de configurar sus cuentas.

Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



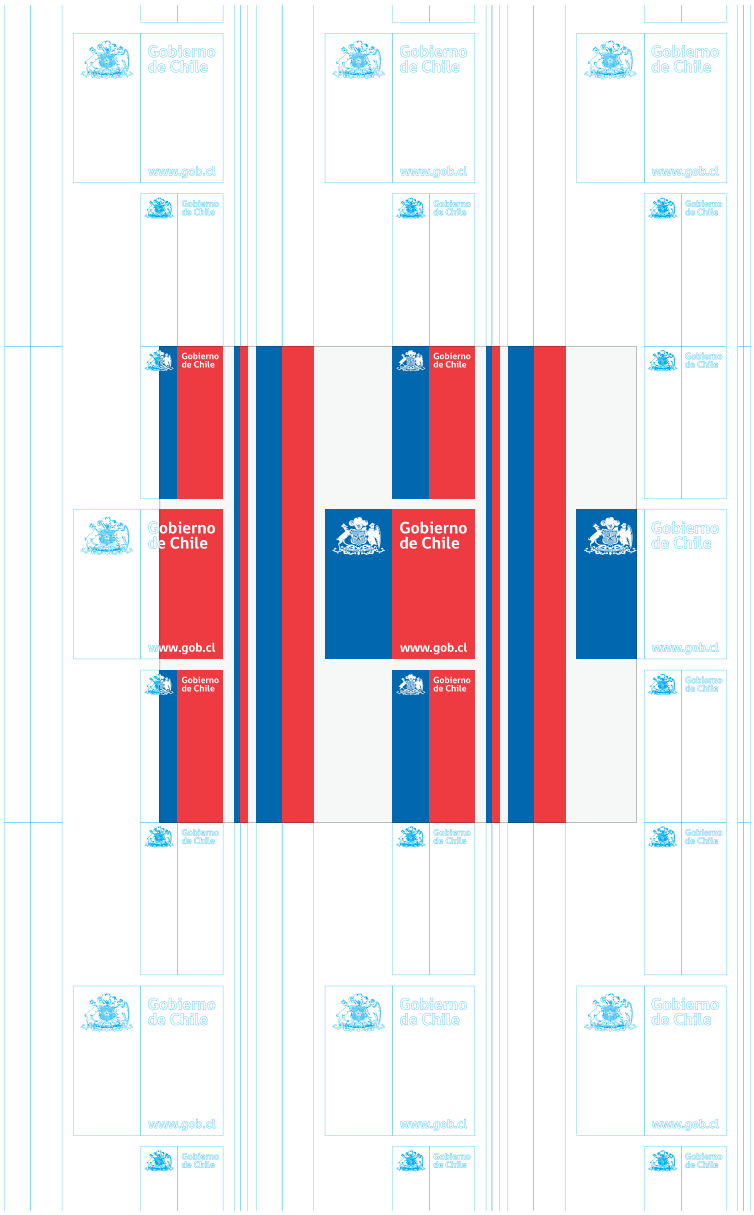


Generador de caracteres

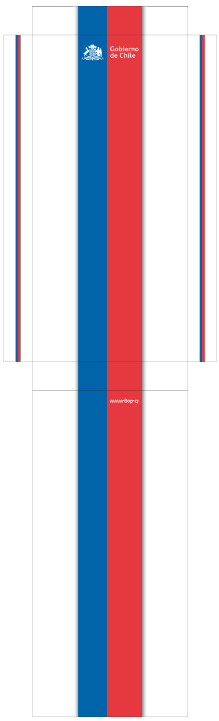
En esta página se presenta como ejemplo la forma en que la marca tendrá presencia en un titular para video o televisión.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

Cinta



Papel de embalaje contínuo



Caja customizada

Embalajes

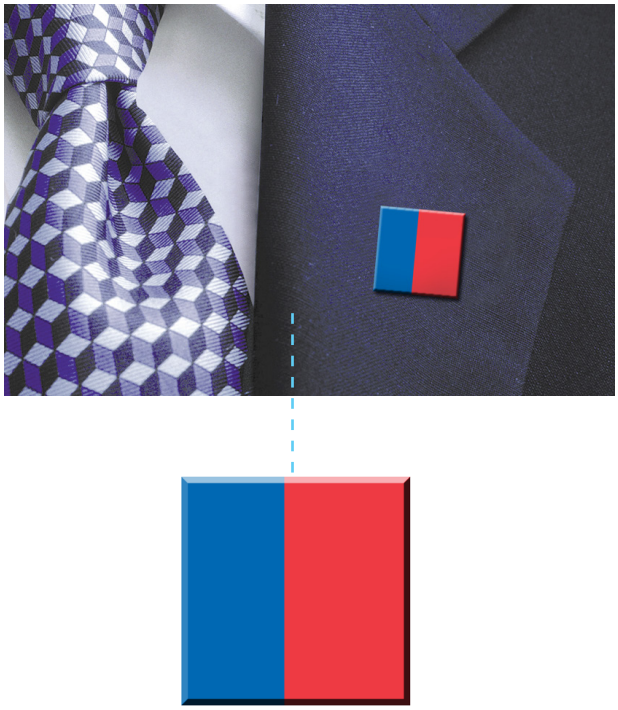
En esta página se presenta como ejemplo diseños de embalajes.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

Merchandising

A modo de ejemplo, se presentan aquí posibles diseños de elementos promocionales y de escritorio.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.



Merchandising

A modo de ejemplo, se presentan aquí posibles diseños de elementos promocionales y de escritorio.

De estos modelos podrán derivarse otros a futuro, aunque siempre manteniendo el espíritu de la marca.

Contacto

Nicolás Buzeta – Coordinador General de Marketing
Ministerio Secretaría General de Gobierno
manualdenormasgraficas@msgg.gov.cl